

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGELOLAAN KOMPLAIN TENANT DI PT SUMMERVILLE
INDONESIA (METROPOLITAN CITY PEKANBARU) DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN PRIMA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memeroleh Gelar Sarjana
Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.Ikom)



OLEH:

LISA NOVITA SARI

NIM. 11643202417

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2020**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Sultan Syarif Kasim Riau

PENGELOLAAN KOMPLAIN *TENANT* DI PT SUMMERVILLE INDONESIA (METROPOLITAN CITY PEKANBARU) DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PRIMA

Lisa Novita Sari, (NIM. 11643202417)

E-mail: 11643202417@students.uin-suska.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi banyaknya komplain yang diterima pihak manajemen perusahaan akibat ketidakpuasan *tenant*, khususnya pada era persaingan pasar yang sangat ketat akibat menjamurnya pusat perbelanjaan. Sehingga peneliti merasa perlu melihat dan mengkaji pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, yakni dengan menganalisa data yang diperoleh kemudian menjabarkannya dengan kata-kata. Selanjutnya keabsahan data tersebut akan diuji dengan triangulasi sumber, yakni membandingkan hasil wawancara antara satu informan dengan yang lain. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi serta pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Penelitian ini mengkaji fenomena dengan melihat 4 (empat) indikator yaitu *hearing*, *empathy*, *apologize*, dan *take action*, serta didukung oleh model *public relations* yang terakhir yaitu *two way symmetrical model*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) menggunakan metode HEAT sebagai berikut: (1) manajemen perusahaan sudah menerima komplain dengan mendengarkan, menggunakan instrumen, menghargai, merespon secara aktif, dan memahami *tenant*, (2) manajemen perusahaan sudah ikut merasakan apa yang menjadi permasalahan *tenant*, (3) manajemen perusahaan sudah meminta maaf kepada *tenant* dan bersikap rendah hati, dan (4) manajemen perusahaan sudah melakukan klarifikasi, mengajukan solusi, meminta persetujuan, mengambil tindakan, hingga melakukan *follow up*. Disamping itu, manajemen perusahaan juga menjalankan aspek-aspek yang menjadi penentu pelayanan prima yaitu *attitude*, *attention*, *action*, dan *anticipation*.

Kata kunci: komplain, *hearing*, *empathy*, *apologize*, *take action*.

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TENANT COMPLAINT MANAGEMENT AT PT SUMMERVILLE
INDONESIA (METROPOLITAN CITY PEKANBARU) IN IMPROVING
SERVICE OF EXCELLENCE**

**Lisa Novita Sari, (Student ID Number 11643202417)
E-mail: 11643202417@students.uin-suska.ac.id**

Abstract

This research was motivated by the many complaints received by the company management due to dissatisfaction of tenants, especially in the intense market competition's era caused by growth in number of shopping centers. So that researcher felt need to see and study about tenant complaint management at PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) in improving service of excellence.

This type of research is qualitative research, namely by analyzing the data obtained and then describing them in to the words. Furthermore the validity of the data will be tested with triangulation of sources, ie comparing the result of interviews between one informant with another. Data collection techniques are using interviews, observation, and documentation, as well as purposive sampling. This research studies phenomena by looking at 4 (four) indicators, namely hearing, , empathy, apologize, and take action, and also supported by the latest public relations model, the two way symmetrical model.

The result showed that the management of tenant complaints at PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) used the HEAT method as follows: (1) company management has received complaints by listening, using instruments, appreciating, actively responding to, and understanding tenants, (2) company management has empathy of the tenant's problems, (3) company management has apologized to tenants and acted humble, and (4) company management has doing clarification, proposing solutions, asking for approval, taken action, to follow up. In addition, company management also carries out aspects that determine the service of excellence, namely attitude, attention, action, and anticipation.

Key words: complaint, hearing, empathy, apologize, take action.

UIN SUSKA RIAU

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas berkah rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam tidak lupa peneliti kirimkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam sebagai pembawa risalah kebenaran berupa agama Islam dan kitab suci Al-Quran yang merupakan pedoman hidup hingga akhir zaman, dengan mengucapkan *Allahumma Shalli 'Ala Muhammad wa 'Ala Ali Muhammad*.

Skripsi dengan judul **“PENGELOLAAN KOMPLAIN TENANT DI PT SUMMERVILLE INDONESIA (METROPOLITAN CITY PEKANBARU) DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PRIMA”** ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi (S.Ikom).

Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti selama proses penyusunan proposal, penelitian dan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk dua malaikat tercinta yakni Apa M. Syafril dan Ama Elvi yang telah membimbing, mendidik, dan mencurahkan kasih sayang yang tulus kepada peneliti semenjak dalam kandungan hingga detik ini. Selanjutnya peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena tanpa izin dari Dia peneliti tidak akan memiliki daya dan upaya untuk berbuat dalam penelitian ini.

Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam yang telah memperjuangkan agama yang *haq* sehingga peneliti berada dalam terangnyanya cahaya Islam pada saat ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Prof. Dr. KH Akhmad Mujahidin selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. H. Nurdin, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si dan Bapak Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sekaligus dosen pembimbing skripsi yang sangat luar biasa bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak Yantos, M.Si selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sekaligus Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan membimbing selama proses perkuliahan di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

8. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membekali peneliti dengan ilmu yang bermanfaat untuk kehidupan peneliti.

Kedua orang tua peneliti, Apa M. Syafril dan Ama Elvi yang tiada pernah kenal lelah dan menyerah dalam memperjuangkan hidup yang layak untuk anak-anaknya serta selalu mengiringi setiap langkah peneliti dengan doa-doa terbaik mereka.

Ummi Intan Kemala, M.Si selaku orang tua kedua peneliti di perantauan ini yang tiada pernah lelah mendidik peneliti serta memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

Adik-Adik, Abang, Kakak-Kakak, dan keluarga besar yang telah memberi do'a, motivasi, saran, kasih sayang dan semangat yang tak terhingga kepada peneliti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kakak Viny Putri Fauzi selaku *Tenant Relations Officer* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi, data, bimbingan serta masukan kepada peneliti dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini.

3. Seluruh informan dan pegawai di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) yang sangat *supportive* demi terwujudnya skripsi ini.

Peneliti juga menyampaikan permohonan maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang peneliti lakukan selama proses penyusunan hingga skripsi ini terwujud, baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan hingga jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Wassalammu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh

Pekanbaru, Maret 2020

Peneliti

LISA NOVITA SARI
NIM. 11643202417

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Komplain <i>Tenant</i>	9
2. Pelayanan Prima.....	19
B. Kajian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pikir Penelitian	25
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
C. Sumber Data.....	31
D. Informan Penelitian.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	34
G. Uji Validitas Data.....	36

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).....	38
B. Visi dan Misi PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).....	41
C. Struktur Organisasi PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).....	43
D. Tugas dan Fungsi Karyawan PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru)	44

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	47
1. Menerima Komplain	47
2. Menunjukkan Kepedulian atas Komplain <i>Tenant</i>	58
3. Mengutarakan Permohonan Maaf	60
4. Eksekusi dan <i>follow up</i>	64
B. Pembahasan.....	70
1. <i>Hearing</i>	71
2. <i>Empathy</i>	73
3. <i>Apologize</i>	74
4. <i>Take Action</i>	74

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	78
B. Saran-Saran	78

DAFTAR PUSTAKA	80
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ekspektasi Pelanggan Berdasarkan Konsep <i>Value Hierarchy</i>	19
Tabel 2.2	Sasaran dan Manfaat <i>Service of Excellence</i>	22
Tabel 2.3	Kerangka Pikir Penelitian.....	26
Tabel 3.1	Informan Kunci (<i>Key Informan</i>) Penelitian.....	32
Tabel 3.2	Informan Tambahan Penelitian	32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru)	43
Gambar L4.1	Komplain <i>Tenant</i> tentang Kebocoran di Kampoeng Senggol tanggal 21 Oktober 2019	87
Gambar L4.2	Komplain <i>Tenant</i> tentang Kebanjiran di Kampoeng Senggol Pasca Hujan Deras tanggal 21 Oktober 2019	87
Gambar L4.3	Komplain <i>Tenant</i> tentang Rembesan Air di Selasar Kios Blok B tanggal 21 Oktober 2019.....	88
Gambar L4.4	Wawancara bersama Kak Viny Putri Fauzi selaku <i>Tenant Relations Officer</i> PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Ruang Meeting Manajemen pada tanggal 20 Februari 2020.....	88
Gambar L4.5	Selesai Wawancara bersama Bapak Tuslim selaku Kepala Divisi <i>Mecanical Engineering Plumbing (MEP)</i> PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Ruang MEP MTC Pekanbaru pada tanggal 24 Februari 2020	89
Gambar L4.6	Wawancara bersama Bapak Ridho Respati selaku <i>Housekeeping</i> PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Meja Pusat Informasi MTC Pekanbaru pada tanggal 22 Februari 2020.....	89
Gambar L4.7	Wawancara bersama Bapak Wahyudi selaku Komandan Regu <i>Security</i> PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Meja Pusat Informasi MTC Pekanbaru pada tanggal 24 Februari 2020.....	90
Gambar L4.8	Wawancara bersama Amanda Khairunnisa selaku <i>Tenant</i> PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Super WorldMTC Pekanbaru pada tanggal 22 Februari 2020	90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara	83
Lampiran 2	Data Rekapitulasi Jumlah Komplain <i>Tenant</i> PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) periode Januari-Desember 2019.....	85
Lampiran 3	Standar Operasional Prosedur (SOP) Penyelesaian Komplain <i>Tenant</i> PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).....	86
Lampiran 4	Dokumentasi Penelitian.....	87

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar dewasa ini membawa perubahan yang sangat besar dan berbeda dengan kondisi pasar sebelumnya. Berawal sejak dekade 1980-an, muncul situasi era pasar pembeli (*buyers market*) yang menggeser era pasar penjual (*sellers market*). Hal ini ditandai dengan kondisi penawaran (*supply*) produk barang dan jasa lebih banyak dibandingkan permintaan (*demand*). Hal tersebut mengakibatkan konsumen ataupun pembeli berada pada posisi yang lebih kuat dalam menentukan pilihan pembelian produk barang dan jasa ataupun dalam menegosiasikan harga.¹

Untuk memenangkan persaingan bisnis, perusahaan harus memiliki kinerja bisnis yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Kinerja bisnis yang baik akan tercapai bila perusahaan mampu memosisikan dirinya dalam industri dan mempertahankan posisinya tanpa mengabaikan pengaruh perubahan lingkungan bisnis. Pilihan dan implementasi strategi yang tepat akan sangat menentukan keberhasilan perusahaan. Upaya meningkatkan kinerja bisnis melalui pencapaian efisiensi dan produktivitas perusahaan sebagai tujuan perusahaan memerlukan strategi kompetitif yang berpijak pada kompetensi inti.²

Ketatnya persaingan bisnis yang disebabkan oleh semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan menuntut pihak manajemen pusat perbelanjaan untuk lebih mengoptimalkan strategi dari berbagai aspek yang tujuan akhirnya adalah terwujudnya pelayanan prima bagi para pelanggan.

Dalam hal ini, strategi kualitas dianggap sebagai suatu strategi yang digunakan secara berkelanjutan karena beberapa alasan. *Pertama*, kualitas merupakan sesuatu yang tidak semua perusahaan dapat lakukan dengan baik. *Kedua*, kualitas memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja perusahaan

¹ Budi Haryono, *How to Manage Komplain – Edisi Kedua* (Yogyakarta: Andy, 2018), 1-2.

² Michael E. Porter, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, trans. Agus Maulana (Jakarta: Erlangga, 2011), 64.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimasa yang akan datang. Kualitas pelayanan sangat penting terutama dalam hal *planning*, *leadership*, dan implementasi komitmen terhadap perusahaan untuk mengembangkan budaya perusahaan yang punya orientasi kualitas dalam setiap aktivitas agenda perusahaan.³

Survei yang dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan yang masuk dalam Fortune 500 menunjukkan bahwa 71% diantaranya berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu tantangan terbesar dalam 5 tahun kedepan, namun hanya 18% perusahaan yang memiliki program mapan untuk memantau kepuasan pelanggan (*Business Review Weekly*, 31 March 1997). Lovelock, Petterson, & Walker (2004) mengamati bahwa *trend* serupa dijumpai pula di kawasan Asia, Australia, dan Selandia Baru.⁴

Pelayanan prima menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan dengan serius dalam suatu perusahaan. Perlu diketahui dari beberapa hasil riset yang dilakukan, ditemukan hanya sekitar 5% pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain. Sedangkan 95% lainnya akan berhenti membeli produk karena merasa tidak ada manfaatnya melakukan komplain bahkan memperingatkan kepada keluarga dan kerabat mengenai pengalaman buruknya tersebut (Markensis, 2009). Disamping itu Rust Subramaniam dan Wells (1992) mengatakan bahwa bila pelanggan merasa kecewa ia akan cenderung bercerita kepada 12 orang; sedangkan jika ia merasa puas ia akan bercerita hanya kepada 3 orang.⁵

Dari beberapa pernyataan di atas dapat ditarik pembelajaran bagi perusahaan bahwa betapa ketidakpuasan akan menyebar lebih cepat dan lebih luas dibandingkan kepuasan. Hal ini dapat membawa efek buruk bagi reputasi perusahaan jika tidak ditangani secara cepat dan tepat. Di sinilah diperlukan *skill* membangun *good image* dan penanganan krisis seorang praktisi *public relations*.

Menurut definisi *Public Relations Society of America (PRSA)* pada tahun 2012, *public relations* adalah proses komunikasi strategis yang membentuk

³ Lina Anatan, *Service Excellence* (Bandung: Alfabeta, 2008), 70.

⁴ Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction – Edisi Ketiga* (Jakarta: Andi, 2011), 287.

⁵ Budi Haryono, *Op. Cit.*, 30.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hubungan yang saling menguntungkan diantara organisasi dan publiknya.⁶ Bertrand R. Canfield⁷ mengungkapkan bahwa praktisi *public relations* menjalankan 3 fungsi, mengabdikan pada kepentingan umum, memelihara komunikasi yang baik, dan menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik.

Dalam mengabdikan pada kepentingan umum, seorang praktisi *public relations* dituntut untuk mampu menjalin hubungan yang baik yang berfokus pada kepentingan umum. Hal ini juga mencakup pengelolaan komplain pelanggan, yang tujuan akhir dari penyelesaian komplain tersebut agar terciptanya kepuasan pelanggan serta menciptakan hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan.

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang mewadahi kegiatan perdagangan berupa kompleks pertokoan yang terdiri dari beberapa *tenant* yang dapat menjadi referensi bagi semua kalangan, baik pegawai, pengusaha, guru, dosen, hingga mahasiswa. *Tenant* merupakan sebuah perusahaan atau perorangan yang menjual barang dagangannya di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) yang menjadi salah satu sumber pendapatan serta investasi perusahaan.⁸

Komplain pelanggan merupakan hal yang tak dapat dielakkan dalam sebuah perusahaan, bahkan tanpa adanya komplain tersebut mustahil rasanya sebuah perusahaan bisa berkembang menjadi lebih baik. Ketika dihadapkan dengan situasi ini, perusahaan harus mampu mengubah komplain atas suatu ketidakpuasan menjadi sebuah peluang yang baik demi kemajuan perusahaan.

“Penanganan yang tepat terhadap komplain *tenant* merupakan salah satu hal krusial dan membutuhkan perhatian yang mendalam

⁶ Fraser P. Seitel, *The Practice of Public Relations*, trans. Shinta Puspita Sari (Jakarta: Elangga, 2015), 4.

⁷ Zainal Mukarom & Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relations: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 55-56.

⁸ Hasil wawancara pra-riset dengan Ibu Viny Putri Fauzi selaku *Tenant Relations Officer* Metropolitan City Pekanbaru, pada 4 November 2019, pukul 16.00 WIB di kantor manajemen Metropolitan City Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena hal ini erat kaitannya dengan bagaimana citra Metropolitan City Pekanbaru di mata khalayak”.⁹

Penanganan komplain *tenant* di Metropolitan City Pekanbaru merupakan tanggung jawab divisi *tenant relations officer (TRO)*. *Tenant relations officer* merupakan sebuah divisi yang menjalankan fungsi *public relations* yang fokus *stakeholder*-nya disebut dengan *tenant*. Tugas-tugas seorang *tenant relations officer* diantaranya: penanganan *tenant* keluar dan balik nama, penanganan komplain *tenant*, keluar *casual leasing*, dan mengurus penebusan barang ambil alih.¹⁰

Dalam jangka waktu satu tahun terakhir yakni periode Januari hingga Desember 2019, Metropolitan City Pekanbaru telah mengantongi komplain *tenant* sebanyak 95 kasus. Namun dalam pengelolaannya, lebih dari 29% komplain belum dapat diselesaikan oleh pihak manajemen Metropolitan City Pekanbaru.¹¹ Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, meliputi kurangnya personil yang mengelola komplain *tenant*, alur penyelesaian komplain yang panjang, serta keterbatasan alat-alat yang diperlukan untuk menyelesaikan komplain. Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti merasa tertarik dan perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **Pengelolaan Komplain Tenant di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam Meningkatkan Pelayanan Prima.**

Penegasan Istilah

Dalam penelitian yang peneliti lakukan ini, ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan agar tidak muncul kesalahpahaman. Beberapa istilah tersebut sebagai berikut:

⁹ Hasil wawancara pra-riiset dengan Ibu Viny Putri Fauzi selaku *Tenant Relations Officer* Metropolitan City Pekanbaru), pada 4 November 2019, pukul 16.00 WIB di kantor manajemen Metropolitan City Pekanbaru.

¹⁰ Dokumen *Standard Operating Procedure (SOP)* Metropolitan City Pekanbaru 2019. Diperoleh dari *Human Resources Development* Metropolitan City Pekanbaru pada 4 November 2019 pukul 16.07 WIB.

¹¹ Laporan Komplain *Tenant* Metropolitan City Pekanbaru 2019. Diperoleh dari *Tenant Relations Officer* Metropolitan City Pekanbaru pada 14 Januari 2020 pukul 15.27 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pengelolaan

Secara sederhana, pengelolaan dapat diartikan sebagai suatu proses yang dilakukan untuk memberikan pengawasan pada hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan.¹²

2. Komplain Tenant

Komplain pada dasarnya merupakan ungkapan kekecewaan yang dialami oleh pelanggan dan umumnya sangat sedikit yang bernada ungkapan kepuasan.¹³

Tenant merupakan sebuah perusahaan atau perorangan yang menjual barang dagangannya di tempat yang lebih besar seperti *mall* yang menjadi salah satu sumber pendapatan serta investasi sebuah *mall* melalui sistem sewa, pembayaran pemakaian listrik, air, dan *service charge* (kewajiban yang harus dipenuhi atas pemakaian secara bersama terhadap fasilitas umum).¹⁴

Dari definisi di atas, peneliti dapat menarik gambaran bahwa komplain *tenant* merupakan ungkapan kekecewaan dan ketidakpuasan yang dialami oleh perusahaan atau perorangan yang menjual barang dagangannya di kompleks pertokoan PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).

3. PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru)

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) merupakan perusahaan yang mewadahi kegiatan perdagangan berupa kompleks pertokoan yang terdiri dari beberapa *tenant* dan masing-masing *tenant* tersebut tidak terikat satu sama lain. PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) menjadi salah satu *mall* yang menggabungkan antara pusat perbelanjaan, kuliner, dan berwisata yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dan beralamat di Jalan H.R. Soebrantas Km. 12, Panam, Pekanbaru, kode pos 28293, Telp: 0761-589955, Fax. 0761-588883.¹⁵

¹² “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, diakses pada 12 November 2019, Pukul 19.21 WIB, di Pekanbaru, <https://kbbi.web.id/kelola>.

¹³ Budi Haryono, *Op. Cit.*, 29.

¹⁴ Hasil wawancara pra-riset dengan Ibu Viny Putri Fauzi selaku *Tenant Relations Officer* Metropolitan City Pekanbaru, pada 4 November 2019, pukul 16.00 WIB di kantor manajemen Metropolitan City Pekanbaru.

¹⁵ Dokumen *Company Profile* Metropolitan City Pekanbaru 2015. Diperoleh dari *Human Resources Development* Metropolitan City Pekanbaru pada 4 November 2019 pukul 16.07 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan penumbuhan kepercayaan pihak pelanggannya (konsumen). Pelayanan tersebut membuat pihak konsumen merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.¹⁶

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima?”

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini antara lain:

- a. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana strata satu ilmu komunikasi (S.Ikom.) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Sebagai referensi bagi mahasiswa untuk mempelajari hal terkait pengelolaan komplain dalam meningkatkan pelayanan prima.
- c. Sebagai bahan informasi untuk penelitian lanjutan mengenai pengelolaan komplain dalam meningkatkan pelayanan prima.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

¹⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 279.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab I memuat pemaparan mengenai latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab II memuat pembahasan mengenai kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional dan kerangka pikir penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab III berisikan hal-hal terkait jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, informan penelitian, teknik analisis data, dan uji validitas data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab IV memuat pembahasan tentang gambaran umum PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) sebagai lokasi penelitian, meliputi: sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, serta pembagian kerja.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab V memaparkan hasil penelitian yang dilakukan di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) beserta pembahasannya.

BAB VI : PENUTUP

Bab VI berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan serta saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Secara sederhana, teori dapat diartikan sebagai abstraksi dari realitas. Teori menjelaskan seperangkat gejala-gejala empiris. Teori tersusun dari asumsi-asumsi, proposisi-proposisi, dan aksioma-aksioma dasar yang saling berkaitan, atau teorema-teorema (generalisasi-generalisasi yang dapat diterima /terbukti secara empiris).¹⁷

Teori adalah sekumpulan konstruk dan konsep, definisi dan dalil yang saling terkait yang menghadirkan suatu pandangan sistematis tentang gejala dengan menetapkan hubungan diantara variabel, dengan maksud menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.¹⁸

Grunig *et al.*¹⁹ memperkenalkan 4 (empat) model dalam perkembangan praktik *public relations* selama ini, yaitu *press agency/publicity model*, *public information model*, *two way asymmetric model*, dan *two way symmetric model*.

Model (1) *press agency* menggambarkan proses diseminasi informasi bergerak satu arah (*one way communication*) dari organisasi kepada publiknya, yang mana *public relations* lebih banyak melakukan propaganda untuk tujuan publisitas media yang menguntungkan pihaknya. Model (2) *public information* menggambarkan *public relations* menyebarkan informasi namun bukan untuk publikasi melainkan untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan organisasinya tanpa mengumpulkan umpan balik dari publiknya. Model (3) *two way asymmetric* yang mengarahkan strategi komunikasi organisasi untuk memengaruhi agar publik beradaptasi dengan organisasi, yang mana organisasi masih menempatkan dirinya diatas kepentingan publik untuk menjaga

¹⁷ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 7.

¹⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi dengan Contoh Analisis Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdaykarya, 2004) 6.

¹⁹ Rachmat Kriyantono, *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 90.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

eksistensinya. Model (4) *two way symmetric* adalah model ideal dari Grunig dan Hunt untuk *public relations*. Dalam hal ini, organisasi mengutamakan dialog secara penuh dengan publiknya serta fokus pada upaya pembangunan hubungan dan pemahaman bersama demi keuntungan kedua belah pihak.

Dalam model ini, *public relations* memainkan dua peran secara bersama-sama, yaitu “satu kaki di pihak manajemen, satu kaki di pihak publik” dengan semangat mencapai kompromi dan keuntungan timbal balik. Artinya *public relations* memfasilitasi penyebaran informasi ke publik secara langsung dan memperjuangkan aspirasi publik ke pihak manajemen. Keputusan final tetap ada pada organisasi tetapi dengan melalui proses mendengarkan masukan-masukan dari pihak lain. Komunikasi berfungsi sebagai alat negosiasi dan kompromi dalam pemecahan masalah yang “*win-win solution*”.²⁰

Dengan demikian, kegiatan pengelolaan komplain oleh *tenant relations officer* menciptakan komunikasi dua arah yang tujuan akhirnya adalah untuk mencapai kesepakatan dan titik temu dalam penyelesaian masalah tersebut. Dalam konteks ini, teori *two way symmetric model* sangat relevan untuk mengkaji fenomena dalam penelitian ini. Inti dari pengelolaan komplain *tenant* adalah untuk menciptakan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan *tenant*. Dalam hal ini perusahaan memiliki kepentingan, sama halnya dengan *tenant* yang memiliki kepentingan sehingga perlu dijalin hubungan yang harmonis diantara keduanya agar tercapai tujuan dengan mempertimbangkan kepentingan bersama.

Adapun teori yang menjadi penunjang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Komplain Tenant

Komplain (*customer voice*) pada dasarnya merupakan ungkapan kekecewaan yang dialami oleh pelanggan dan umumnya sangat sedikit yang bernada ungkapan kepuasan.²¹ Tak dapat dipungkiri, komplain menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan dan dikelola dengan baik serta bijaksana oleh pihak manajemen suatu perusahaan.

²⁰ *Ibid*, 98.

²¹ Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Op. Cit*, 29.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komplain memang tak selamanya benar, namun perusahaan tetap harus membuka mata, hati, serta pikiran untuk mempertimbangkan masukan-masukan yang datang dari pelanggan. Tak ada kemajuan perusahaan tanpa kritik dan saran dari pelanggan.

Seseorang akan memutuskan untuk melakukan komplain atau tidaknya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:²²

a. Tingkat kepentingan konsumsi yang dilakukan

Termasuk juga di dalamnya penting tidaknya jasa/layanan yang dibeli dan dikonsumsi, harga jasa, waktu yang dibutuhkan untuk mengonsumsi jasa, dan *social visibility* (pengamatan sosial). Apabila pelanggan mempersepsikan tingkat kepentingan, biaya, dan waktu yang dibutuhkan relatif besar, maka besar kemungkinan pelanggan akan melakukan komplain ketika terjadi kegagalan dalam layanan.

b. Tingkat ketidakpuasan pelanggan

Semakin tidak puas seorang pelanggan, semakin besar pula kemungkinan ia untuk melakukan komplain.

c. Manfaat yang diperoleh dari komplain

Semakin besar persepsi pelanggan terhadap manfaat yang bisa diperoleh dari penyampaian komplain, semakin besar pula kemungkinannya melakukan komplain. Secara garis besar, manfaat yang bisa diperoleh dari komplain berupa (1) manfaat emosional, yaitu kesempatan untuk menuntut hak, menumpahkan kekesalan, melampiaskan kemarahan, serta menerima permintaan maaf; (2) manfaat fungsional, yaitu pengembalian uang, penggantian jasa/layanan yang dibeli, dan reparasi; (3) manfaat bagi orang lain, yakni membantu pelanggan lain agar terhindar dari ketidakpuasan serupa di masa datang; dan (4) penyempurnaan produk, yaitu perusahaan jasa kemungkinan besar akan meningkatkan atau memperbaiki layanannya.

²² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), 208.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Pengetahuan dan pengalaman

Hal ini meliputi pengalaman dalam jumlah pembelian sebelumnya, pemahaman akan layanan, persepsi terhadap kapabilitas diri sendiri sebagai pelanggan, dan pengalaman yang dirasakan pada komplain sebelumnya.

Sikap pelanggan terhadap keluhan

Pelanggan yang bersikap positif terhadap penyampaian keluhan biasanya sering menyampaikan komplain, karena yakin terhadap manfaat positif yang akan diterimanya.

Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi

Faktor ini mencakup waktu yang dibutuhkan, prosedur yang harus dilalui, gangguan terhadap aktivitas rutin yang dijalankan, dan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan komplain.
- g. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain

Bila pelanggan merasa bahwa peluang keberhasilannya dalam melakukan komplain sangat kecil, maka ia cenderung tidak akan melakukan komplain. Hal sebaliknya akan dilakukan apabila dirasakan peluangnya besar.

Terdapat tiga kategori komplain yang dilakukan oleh pelanggan terhadap ketidakpuasan (Singh), yaitu: *voice responses*, *private responses*, dan *third-party responses*.²³

 - a. *Voice responses*, ini ditujukan pada objek-objek yang sifatnya eksternal bagi lingkaran sosial pelanggan dan pihak-pihak yang secara langsung terlibat dalam transaksi yang tidak memuaskan. *No-action response* (tidak melakukan apa-apa) secara tentatif dimasukkan dalam kategori ini karena mencerminkan perasaan pada pemasar atau penjual. Beberapa manfaat yang mungkin masih bisa diraih oleh penyedia layanan jika pelanggan melakukan komplain jenis ini yaitu: **pertama**, pelanggan memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk memuaskan mereka. **Kedua**, resiko publisitas buruk dapat ditekan, baik dalam bentuk rekomendasi getok tular negatif, maupun melalui media masa. **Ketiga**, memberi masukan positif mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki oleh perusahaan.

²³ Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, 206-207.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. *Private responses*, pada titik ini pelanggan yang tidak puas akan memutuskan untuk tidak menggunakan jasa/layanan dari perusahaan yang mengecewakannya lagi serta memperingatkan pada kerabat dan keluarga terkait pengalaman buruk yang ia alami. Tindakan seperti ini biasanya akan berdampak signifikan terhadap citra negatif perusahaan.

c. *Third-party responses*, respon seperti ini ditujukan pada objek eksternal yang tidak terlibat langsung dengan perusahaan, seperti surat kabar, lembaga konsumen, dan lembaga bantuan hukum. Tindakan seperti ini sangat ditakuti oleh sebagian besar perusahaan yang tidak memberikan pelayanan baik kepada pelanggan. Sedangkan untuk pelanggan, mereka akan merasa lebih puas secara emosional karena penanganan komplain cenderung lebih cepat.

Pada dasarnya, komplain yang layak untuk ditanggapi memiliki kriteria sebagai berikut:²⁴

a. Disampaikan secara proporsional, beretika, berimbang, dan terkait dengan masalah. Komplain hendaknya tidak disuarakan secara berlebihan, tetap santun, dan seimbang antara kepentingan pelanggan dan perusahaan, serta dihubungkan dengan masalah yang terjadi dan tidak keluar dari konteks.

b. Disampaikan secara rasional dan objektif, tidak melulu emosional yang bisa membuat kerancuan. Penyampaian keluhan harus secara rasional dan objektif sehingga apa yang dimaksud dan diinginkannya menjadi jelas.

c. Disampaikan secara bertanggung jawab, jujur, dan bertujuan untuk memberikan saran, pendapat, atau koreksi demi perbaikan. Pelanggan harus bersikap suportif, bertanggung jawab atas segala yang disampaikan secara jujur dan berpikiran positif untuk memberikan saran, ide, gagasan ataupun koreksi perbaikan demi kemajuan perusahaan.

Beberapa manfaat yang dapat didapatkan dengan adanya komplain, sebagai berikut:²⁵

a. Sebagai alat ukur penilaian atas aktivitas perusahaan, seberapa jauh tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

²⁴ Budi Haryono, *Op. Cit.*, 38-39.

²⁵ *Ibid*, 34-35.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sebagai alat promosi yang murah, sebab apabila perusahaan mampu menangani komplain dengan memuaskan maka secara tidak langsung hal itu akan membangun citra perusahaan yang baik di mata publik.

c. Sebagai alat indikasi untuk menggambarkan profil segmen pelanggan perusahaan saat ini, sejauh mana pola pikir, sikap, dan perilakunya ketika dihadapkan dengan kekecewaan terhadap perusahaan.

d. Sebagai alat indikasi untuk mempertahankan kebijakan perusahaan yang sudah memuaskan pelanggan, serta bahan pertimbangan untuk perbaikan ketika adanya ketidakpuasan pelanggan.

e. Sebagai alat penilaian untuk kinerja karyawan dalam melaksanakan tugasnya karena memperoleh nilai atau gambaran langsung dari pelanggan yang dilayaninya.

f. Sebagai alat indikasi sejauh mana perusahaan cukup mendapat perhatian, artinya juga cukup dikenal atau diperhatikan oleh pelanggan atau tidak.

g. Sebagai alat edukasi untuk menumbuhkan “budaya mendengar” bagi seluruh jajaran karyawan agar perusahaan bertambah maju karena mampu memberdayakan setiap masukan yang disampaikan oleh pelanggan.

Mike Beard²⁶ mengatakan bahwa pelanggan sebagai bagian dari pendekatan terintegrasi untuk mengelola keseluruhan reputasi organisasi. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa pelanggan memiliki andil yang besar dalam mewujudkan visi dan misi sebuah organisasi yang kemudian akan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Tenant merupakan sebuah perusahaan atau perorangan yang menjual barang dagangannya di tempat yang lebih besar seperti *mall* yang menjadi salah satu sumber pendapatan serta investasi sebuah *mall* melalui sistem sewa, pembayaran pemakaian listrik, air, dan *service charge* (kewajiban yang harus dipenuhi atas pemakaian secara bersama terhadap fasilitas umum).²⁷

²⁶ Mike Beard, *Manajemen Departemen Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2001), 121.

²⁷ Hasil wawancara pra-riset dengan Ibu Viny Putri Fauzi selaku *Tenant Relations Officer* Metropolitan City Pekanbaru, pada 4 November 2019, pukul 16.00 WIB di kantor manajemen Metropolitan City Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tenant dapat didefinisikan sebagai *line business* atau kepemilikan. Kesuksesan untuk program *tenant mix* juga ditentukan oleh kemampuan dari *tenant* secara individu dalam mengembangkan pencapaian target penjualan. Terdapat beberapa kategori *tenant* yang umumnya terdapat pada sebuah bangunan *mall*, yaitu:²⁸

a. *Anchor Tenant*, ialah penyewa yang cenderung menempati ruang besar dan penjualan yang paling tinggi dalam sebuah pusat perbelanjaan atau *mall*. Contoh dari *anchor tenant* adalah supermarket atau tempat perbelanjaan yang besar pada suatu *mall* seperti Matahari *Department Store*, Hypermart, Giant Ekstra, Transmart, dan Carrefour.

b. *Regular Tenant (chain store)*, merupakan jaringan toko yang dimiliki dan dioperasikan secara nasional oleh manajemen terpusat. Setiap toko mempunyai luasan, desain, metode display dan harga yang telah diatur. Contoh dari *regular tenant* adalah KFC, J.Co *Donuts*, Breadtalk, dan Pizza Hut.

c. *Franchise Tenant* (waralaba), merupakan toko atau jaringan usaha yang dimiliki oleh seseorang pemodal atau investor tertentu untuk dioperasikan. Contoh : Amanda *Brownies*, Mr. Cream Puff, dan Celine Dorayaki.

d. *Local Tenant*, adalah *tenant* yang memiliki toko secara individu dan dikelola oleh pemiliknya sendiri. Contoh *local tenant* adalah : toko baju butik, *coffee shop* lokal, toko alat optik, toko sepatu, dan toko jam tangan.

e. *Chart Operator Tenant (Counter)*, adalah *tenant* yang menyewakan tempat hanya bersifat sementara dan dikelompokkan dalam area tertentu serta memiliki barang jual yang lebih bervariasi di dalam *mall*. Contoh: *counter* yang menjual *handphone*, laptop, dan *stand* makanan.

Komplain *tenant* merupakan ungkapan atas kekecewaan dan ketidakpuasan yang dialami oleh perusahaan atau perorangan yang menjual barang dagangannya di kompleks pertokoan atau *mall* terhadap *service* yang diberikan oleh pihak *mall* kepada mereka.

²⁸ Hasil wawancara pra-riset dengan Ibu Viny Putri Fauzi selaku *Tenant Relations Officer* Metropolitan City Pekanbaru, pada 4 November 2019, pukul 16.00 WIB di kantor manajemen Metropolitan City Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fungsi *public relations* di dalam suatu perusahaan dapat diimplementasikan dengan penyebutan nama dan fokus *stakeholder* yang berbeda. Dalam manajemen PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) yang memiliki *stakeholder* yang disebut dengan *tenant*, maka fungsi *public relations* dijalankan oleh *tenant relations officer*. *Tenant relations officer* bertugas untuk menjalin hubungan baik antara pihak manajemen PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dengan *tenant* termasuk juga menjalankan fungsi pengelolaan *komplain tenant*.²⁹

Tenant relations officer merupakan jembatan antara *tenant* dengan manajemen yang ada di suatu pusat perbelanjaan. Peran *tenant relations officer* dalam perspektif luas dikatakan sebagai corong manajemen untuk memberikan informasi kepada para *tenant*. Setiap masalah akan dilimpahkan kepada *tenant relations officer* terlebih dahulu, karena seorang *tenant relations officer* memiliki hubungan yang lebih baik dengan para *tenant*, sehingga dapat memudahkan para *tenant* dalam menerima keputusan yang dibuat oleh pihak manajemen.³⁰

Dalam menjalankan fungsi manajemen komunikasi, *tenant relations officer* berfungsi mendorong kemapanan dan memelihara arus komunikasi yang menciptakan saling pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara perusahaan dengan berbagai publiknya, termasuk membantu memecahkan masalah atau mengatasi suatu isu, membantu manajemen menginformasikan dan merespon opini, membatasi dan menegaskan tanggung jawab manajemen untuk melayani publik yang berkepentingan, membantu membuat kebijakan tertentu yang efektif demi perubahan yang bermanfaat.³¹

Terdapat tiga jenis pekerjaan *tenant relations officer* secara umum, yaitu sebagai berikut:³²

²⁹ Hasil observasi peneliti selama melaksanakan Magang di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) yakni mulai tanggal 09 September hingga 09 November 2019.

³⁰ Sharing Di Sana, "TR Efektif Cerdas dalam Menghadapi Masalah", diakses pada 16 Januari 2019, Pukul 20.20 WIB, di Pekanbaru, <http://sharingdisana.com/2014/06/02/tr-efektif-cerdas-dalam-menghadapi-masalah/>.

³¹ Felicia Janice Suciawan, *Relationship Management Tenant Relations Mal XYZ*, Jurnal e-Komunikasi Vol 2, No. 3 (2014), 3.

³² *Ibid*, 6-8.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. *Tenant relations officer* menangani komplain dan *problem solving*. *Tenant relations officer* tidak hanya menerima komplain *tenant*, namun memastikan bahwa komplain tersebut ditangani oleh divisi yang bertanggung jawab atasnya. Pihak manajemen perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan solusi pada permasalahan *tenant* dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Dalam penyelesaian komplain tersebut, dibutuhkan koordinasi antara *tenant relations officer* dengan divisi lain yang berkepentingan serta dilakukan secara cepat tanpa menunda-nunda. Hal tersebut baik dilakukan untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan *tenant*.

b. *Tenant relations officer* sebagai penghubung antara *tenant* dengan manajemen. Dalam menyampaikan informasi mengenai *tenant* kepada *general manager*, *tenant relations officer* harus melakukannya setiap hari tanpa ada rapat rutin agar *general manager* mengetahui kabar ter-update mengenai *tenant*. Dengan adanya kelancaran arus komunikasi tersebut, pihak manajemen dengan para *tenant* akan dengan mudah menemukan titik tengah terhadap setiap permasalahan yang sedang dihadapi oleh *tenant*.

Tenant relations officer menjalankan fungsi manajemen. Pihak perusahaan memiliki pandangan bahwa *tenant* merupakan *partner* kerja dari manajemen perusahaan. Hal ini berarti pihak manajemen bersikap terbuka terhadap masukan dan kritik dari para *tenant*. Meskipun sudah ada prosedur dan perjanjian namun tidak tertutup kemungkinan adanya negosiasi antara pihak manajemen dengan *tenant* ketika dihadapkan pada situasi yang berbeda kepentingan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan berusaha menciptakan adanya *control mutuality* yang memungkinkan setiap pihak untuk memiliki pengaruh pada tindakan pihak lain, sehingga *tenant* juga merasa mereka ialah *partner* perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan.

Hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan tak hanya sekedar “mengadakan transaksi” namun juga “membangun relasi”.³³ Hal ini bermakna bahwa perusahaan tidak hanya memandang dan memosisikan

³³ Philip Kotler, *Marketing Management: Upper Saddle River* (New Jersey: Pearson Education. 2003), 23.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan sekedar pembeli, yang setelah melakukan transaksi lalu mereka menjadi orang asing bagi perusahaan. Sebaliknya, perusahaan memosisikan pelanggan sebagai inti dan kunci keberlangsungan hidup perusahaan sehingga mereka perlu membangun relasi yang berkelanjutan.

Sejak zaman dahulu kita diajarkan sebuah teori untuk menangani ketidakpuasan pelanggan dengan konsep HEAT, yaitu *Hearing*, *Empathy*, *Apologize*, dan kemudian *Take Action*.³⁴

a. *Hearing*, berarti kita harus belajar untuk menjadi pendengar yang baik bagi para pelanggan. Dengarkan saja apa yang menjadi keluhan dari pelanggan sampai habis tanpa melakukan interupsi sambil berusaha untuk memahami apa sesungguhnya yang mengganggu atau yang mengganjal di hati mereka. Sub-indikator dari *hearing* terdiri atas mendengarkan dengan seksama, menggunakan instrumen pendukung, *respect*, merespon secara aktif, dan memahami.³⁵

b. *Empathy* merupakan tahapan selanjutnya, yakni berusaha memosisikan diri sebagai pelanggan yang sedang melakukan komplain serta berusaha memahami lebih jauh mengenai perasaan, pikiran, keinginan, maupun kekesalan yang mereka rasakan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan mengatakan “Saya sepenuhnya mengerti mengapa Anda merasa demikian, jika berada pada posisi Anda mungkin saya juga akan melakukan hal yang sama”. Dengan menunjukkan rasa empati tersebut, kita bisa mengendalikan keadaan dan meredakan ketegangan yang sedang dihadapi.

c. *Apologize* merupakan hal yang sederhana namun sangat berarti ketika sedang dihadapkan dengan pelanggan yang melakukan komplain. Meskipun kesalahan tersebut bukan disebabkan oleh salah seorang personil di perusahaan, namun pada situasi tersebut permintaan maaf disampaikan untuk mewakili perusahaan secara keseluruhan. Hal ini juga membuat pelanggan merasa bahwa dirinya dan

³⁴ Mohammad Cholil & Adi Soenarno, *Complaintopedia: The Art of Complaint Handling* (Yogyakarta: Andy, 2014), 1.

³⁵ Oza Syafriani, *Penanganan Keluhan Tamu oleh Karyawan Front Office di Grand Rocky Hotel Bukittinggi* (Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang: 2016), 4.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendapatnya dihargai. Terdapat dua sub-indikator dalam *apologize* yaitu meminta maaf dan bersikap rendah hati.³⁶

d. *Take action* adalah langkah selanjutnya yang perlu ada setelah permintaan maaf dilontarkan kepada pelanggan. Di sinilah *skill* manajemen krisis yang sesungguhnya dari seorang praktisi *public relations* dibutuhkan. Berbekal informasi yang diberikan oleh pelanggan serta memahami situasi yang sedang terjadi, praktisi *public relations* dituntut untuk mampu mengemukakan alternatif pemecahan masalah tersebut dan melaksanakannya hingga tuntas. Sub-indikator dari langkah terakhir ini terdiri atas klarifikasi, solusi, persetujuan dan pengambilan tindakan serta *follow up*.³⁷

2. Pelayanan Prima

Pelayanan prima (*service of excellence*) adalah jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya memberikan rasa kepuasan dan penumbuhan kepercayaan pihak pelanggannya. Pelayanan tersebut membuat pihak pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.³⁸

Oliver³⁹ menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan suatu reaksi kognitif atau afektif yang muncul sebagai respon atas suatu atau sekelompok jasa pelayanan.

Dalam praktiknya, setiap perusahaan memiliki orientasi yang berbeda yakni perusahaan yang berorientasi pada produk dan perusahaan yang berorientasi pada pasar. Untuk mewujudkan pelayanan prima yang kemudian bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan semestinya berorientasi pada pasar. Maksud dari perusahaan yang berorientasi pada pasar adalah mereka memosisikan pelanggan sebagai inti bisnis, terus-menerus mendengarkan keinginan pelanggan dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan masa depan.⁴⁰

³⁶ *Ibid*, 6.

³⁷ *Ibid*, 6.

³⁸ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, 279.

³⁹ Lina Anatan, *Op. Cit.*, 70.

⁴⁰ Butterick Keith, *Introducing Public Relations: Theory and Practice*, trans. Nurul Hasfi, Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 42.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

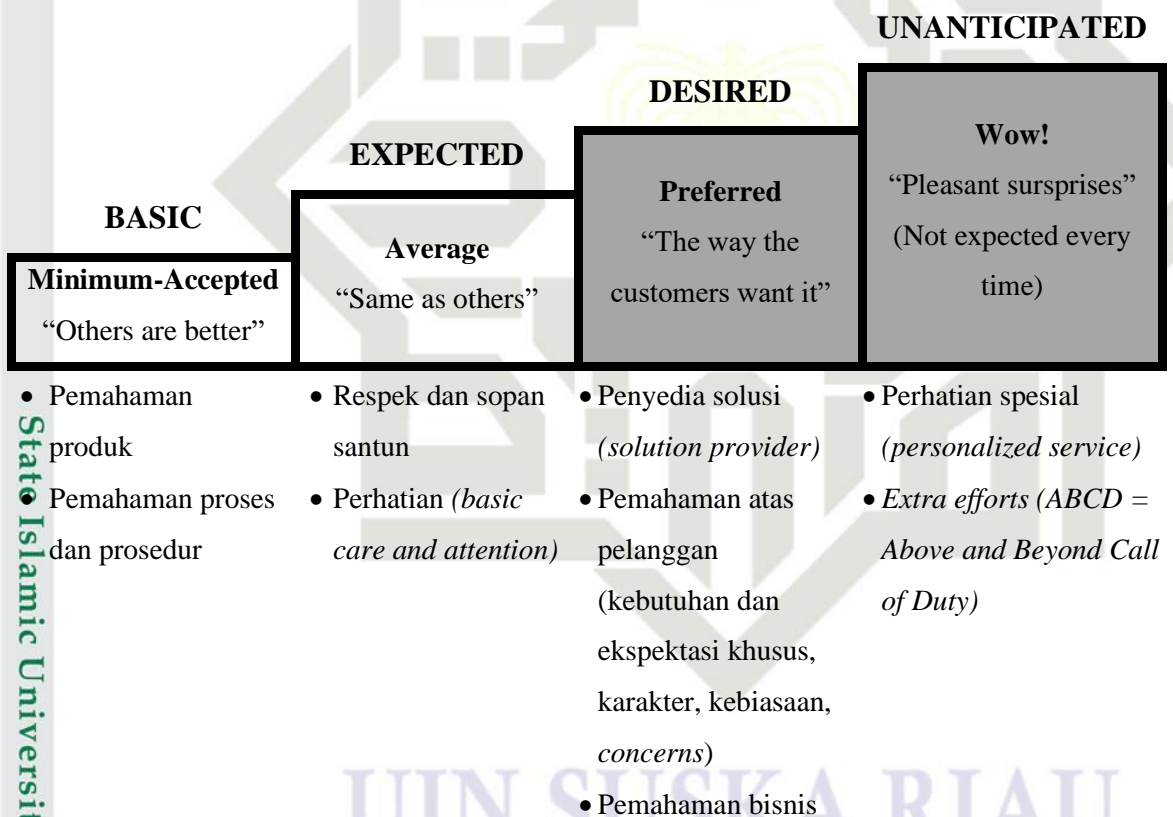
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh ekspektasi atau harapan mereka terhadap sesuatu. Sedangkan tingkat ekspektasi pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, berupa janji, harga, pengalaman masa lalu, dan pengalaman pelanggan lain.⁴¹

Karl Albrecht⁴² mengemukakan bahwa ekspektasi pelanggan dibedakan menjadi empat macam: *basic*, *expected*, *desired*, dan *unanticipated expectations*. Dua jenis pertama, *basic expectation* dan *expected expectation* mutlak harus ada, artinya kinerja penyedia layanan harus mampu mencapai 100% dan tidak boleh ada kegagalan sama sekali. Sementara *desired expectation* merupakan kebutuhan khusus masing-masing pelanggan, dan *unanticipated expectation* adalah pelayanan ekstra yang mampu membahagiakan pelanggan.



Tabel 2.1:

*Ekspektasi Pelanggan Berdasarkan Konsep Value Hierarchy*⁴³

⁴¹ Triwibowo Soedjas & Bayu Aji Aritejo, *Merebut dan Mempertahankan Pelanggan: Kiat Medical Representative Meningkatkan Pasar Obat Ethical* (Yogyakarta: Andy, 2006), 12.

⁴² Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, 200-201

⁴³ *Ibid*, hal. 201.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam mewujudkan pelayanan prima untuk pelanggan terdapat banyak aspek yang harus diperhatikan, satu diantaranya adalah konsep A4, yang terdiri dari:⁴⁴

Attitude

Dalam menjalankan konsep pelayanan prima kepada pelanggan, sikap atau *attitude* merupakan poin yang utama. Sikap ramah dan sabar dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan, baik itu pelanggan kelas atas maupun pelanggan kecil harus diterapkan dengan seimbang. Untuk menciptakan kesan *attitude* yang baik di mata pelanggan, maka para pegawai yang berinteraksi langsung dengan pelanggan wajib menggunakan bahasa yang sopan, cekatan dalam menanggapi komplain, dan menjadikan pelanggan sebagai seorang raja.

Attention

Attention atau perhatian adalah tindakan untuk memperhatikan keinginan pelanggan serta fokus dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Atensi tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara, misalnya mencermati karakter pelanggan yang datang, memahami kepentingan dan kebutuhan pelanggan, serta mampu memberikan nasihat jika diperlukan.

c. Action

Action berguna untuk mewujudkan apa yang diharapkan oleh pelanggan. *Action* yang dilakukan hendaknya memenuhi prinsip cepat, tepat, hemat, dan selamat.

Anticipation

Anticipation sebagai *back up* terakhir dari usaha melakukan pelayanan prima kepada para pelanggan adalah menyiapkan solusi dari segala kemungkinan yang terjadi di dalam bisnis. Hal tersebut dikenal dengan antisipasi bisnis.

Menurut Tjiptono,⁴⁵ ada empat metode yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna

⁴⁴ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 107.

⁴⁵ Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, 210.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *website* dan lain-lain. Metode seperti ini dapat memberikan ide atau masukan yang berharga kepada perusahaan.

d. *Ghost shopping* (pembelanja misterius)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* (pembelanja misterius) untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Para pembelanja misterius akan diminta untuk mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap keluhan. Hal tersebut dilakukan sebagai cara untuk melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan perusahaan.

c. *Last customer analysis* (analisis pelanggan yang berhenti)

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei kepuasan pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, *e-mail*, internet, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Pelayanan prima (*service of excellence*) memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan aksioma bahwa "*pelayanan adalah pemberdayaan*". Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi pada profit, sedangkan pelayanan prima pada

sektor publik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik.⁴⁶

Dalam mewujudkan pelayanan prima harus ada saling *support* antara aspek pengetahuan, keterampilan, dan strategi melayani yang dimiliki oleh personil-personil perusahaan. Tujuan pelayanan prima secara terperinci adalah sebagai berikut:⁴⁷

Dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan kepada pelanggan.

Tetap menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan dan keinginannya.

Upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Sasaran pelayanan prima	Manfaat bagi para pelanggan	Manfaat bagi customer service	Manfaat bagi perusahaan
Memuaskan pelanggan	Kebutuhan terpenuhi	Meningkatkan percaya diri	Meningkatkan kesan layanan profesional
Meningkatkan loyalitas pelanggan	Merasa dihargai & layanan baik	Kepuasan dalam bekerja	Kelangsungan usaha lebih terjamin
Mencapai tujuan dan manfaat	Pelayanan lebih profesional	Memupuk semangat memberikan layanan terbaik	Meningkatkan ekspansi/investasi perusahaan
Menciptakan citra positif	Kepuasan bagi pelanggan	Kepuasan dalam memberikan layanan	<i>Good corporate image</i>

Tabel 2.2:
*Sasaran dan Manfaat Service of Excellence*⁴⁸

Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini sehingga peneliti dapat menjadikannya sebagai pedoman, petunjuk, serta memperkaya teori yang menunjang peneliti dalam melakukan penelitian ini. Meskipun dilihat dari segi judul maupun isi, peneliti tidak menemukan penelitian sebelumnya yang sama persis dengan penelitian yang peneliti lakukan, namun jika ditilik dari segi teori yang digunakan, peneliti menemukan beberapa skripsi dan

⁴⁶ Daryanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 108.

⁴⁷ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, 288.

⁴⁸ *Ibid*, 281.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jurnal yang dapat menunjang penelitian yang peneliti lakukan ini. Berikut peneliti paparkan secara singkat skripsi dan jurnal yang peneliti maksudkan tersebut:

1. Oza Syafriani (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Penanganan Keluhan Tamu oleh Karyawan *Front Office* di Grand Rocky Hotel Bukittinggi”.

Jenis penelitiannya adalah penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Data primer dan sekunder diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan tamu oleh karyawan *front office* di Grand Rocky Hotel Bukittinggi menggunakan metode HEAT (*Hear them out, Empathize, Apologize, dan Taking action & Follow up*). *Hear them out* meliputi mendengarkan dengan seksama, *respect*, merespon secara aktif, dan memahami. Indikator *empathize* meliputi ikut merasakan apa yang dirasakan oleh tamu hotel. Indikator *apologize* meliputi permintaan maaf yang ditujukan pada tamu dengan segala kerendahan hati. Sedangkan pada indikator *taking action and follow up* meliputi klarifikasi, solusi, persetujuan, dan mengambil tindakan. Kemudian *follow up* juga perlu dilakukan pada setiap kesempatan yang ada baik tamunya masih ada di hotel ataupun sudah tidak ada, hal ini dapat dilakukan dengan membuat *apologize letter* yang ditandatangani oleh *general manager*.⁴⁹

2. Meivi Kartikasari, dkk (2015) melakukan penelitian yang berjudul “Penerapan *Case Based Reasoning* pada Sistem Pendukung Keputusan Penanganan Komplain Penyewa Mall”. Penelitian ini dilakukan dengan analisis kuantitatif terhadap masalah yang dikemukakan oleh pihak manajemen *mall* menggunakan metode *Case Based Reasoning (CBR)* dan sistem pendukung keputusan melalui *prototypesoftware* berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* yang bernama SIPENKOM (Sistem Pengelolaan Komplain). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa uji coba *prototype* Sipenkom kepada penyewa dan manajemen Maspion Square Mall, dari kuisioner yang diberikan mencapai 85% responden menyatakan bahwa *prototype* Sipenkom dengan metode *case based*

⁴⁹ Oza Syafriani. *Penanganan Keluhan Tamu oleh Karyawan Front Office di Grand Rocky Hotel Bukittinggi*. (Fakultas Pariwisata & Perhotelan. Universitas Negeri Padang: 2016).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

reasoning dapat meningkatkan pelayanan penanganan komplain kepada penyewa mall.⁵⁰

3. Felicia Janice Suciawan (2014) melakukan penelitian yang berjudul “*Relationship Management Tenant Relations* Mal XYZ”. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan datanya diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa terdapat beberapa hal yang dibutuhkan dalam pengelolaan hubungan, yakni *control mutuality*, *trust*, dan *commitment*. *Tenant relations* dan pihak manajemen perusahaan menciptakan *control mutuality* dengan *tenant* melalui sikap yang terbuka terhadap kritik dan masukan *tenant*, serta mempertimbangkannya untuk *business plan*. Dari dimensi *trust*, *tenant relations* harus bisa menjaga kepercayaan *tenant* meskipun sedang dihadapkan dengan berbagai komplain. Hal tersebut dapat dilakukan melalui beberapa hal, antara lain menyampaikan permintaan maaf pada *tenant*, memberikan penjelasan, hingga mem-follow up pihak manajemen yang terkait untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Sedangkan dari segi *commitment*, *tenant relations* melakukan inspeksi keliling *tenant* secara rutin, menghubungkan pihak *tenant* dengan manajemen mall, menangani komplain semasa renovasi, dan memberikan solusi bagi permasalahan *tenant*. Untuk mendukung hasilnya, dibutuhkan strategi komunikasi dari *tenant relations*, yang terdiri dari faktor komunikan (*tenant*), faktor komunikator, bagaimana penyampaian pesan, dan penggunaan media komunikasi.⁵¹

4. Eva Oktaviani (2011) melakukan penelitian yang berjudul “Strategi *Customer Relation* dalam Menangani Keluhan Pelanggan di Balai Karantina Pertanian Semarang”. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi peneliti, dan dilengkapi dengan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi yang ada di BKP Semarang dalam

⁵⁰ Meivi Kartikasari, dkk. Penerapan Case Based Reasoning pada Sistem Pendukung Keputusan Penanganan Komplain Penyewa Mall. Jurnal EECCIS Vol. 9, No. 2. (Fakultas Teknik. Universitas Brawijaya: Malang: 2015).

⁵¹ Felicia Janice Suciawan. Relationship Management Tenant Relations Mal XYZ. Jurnal komunikasi, Vol. 2, No. 3. (Prodi Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra: Surabaya: 2014).

menangani keluhan pelanggan adalah dengan cara kooperatif terhadap konsumen. *Customer relations* di BKP Semarang dibedakan menjadi dua yaitu bagian pelayanan konsumen dan bagian informasi khusus. *Customer relations* yang ada di BKP Semarang menjadi mediator yang menghubungkan instansi dengan para pelanggannya. Pelayanan apapun yang dibutuhkan oleh pelanggan BKP Semarang harus melalui *customer relations* sehingga *customer relations* juga merupakan komunikator dari instansi. Penyampaian komplain dilakukan oleh pelanggan secara tertulis ataupun secara lisan, namun lebih banyak yang melakukan komplain secara lisan. Sikap dan perilaku *customer relations* dituntut untuk selalu tenang dalam menghadapi pelanggan yang melakukan komplain.⁵²

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan hasil akhir yang ingin dicapai tidaklah sama dengan tujuan akhir dari penelitian yang peneliti lakukan saat ini. Jika dilihat dari segi metodologi pun terdapat beberapa perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang peneliti lakukan. Sederhananya, hasil dari beberapa penelitian di atas menunjukkan cara penanganan komplain yang terjadi dalam sebuah perusahaan sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih memfokuskan untuk melihat pengelolaan terhadap komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima.

Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir adalah alur berpikir yang disusun secara singkat untuk menjelaskan bagaimana sebuah penelitian dilakukan dari awal hingga akhir. Uma Sekaran⁵³ dalam bukunya *Business Research* mengemukakan bahwa, kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.

Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.

⁵² Eva Oktaviani, *Strategi Customer Relation dalam Menangani Keluhan Pelanggan di Balai Karantina Pertanian Semarang* (Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Sosial dan Politik. Universitas Pembangunan Nasional Veteran: Yogyakarta: 2011).

⁵³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012), 91.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta

Hak Cipta Dilindungi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor pendorong:

1. Tingkat kepentingan konsumsi yang dilakukan
2. Tingkat kepuasan yang dirasakan
3. Manfaat yang diperoleh dari komplain
4. Pengetahuan dan pengalaman
5. Sikap pelanggan terhadap keluhan
6. Tingkat kesulitan mendapatkan ganti rugi
7. Peluang keberhasilan melakukan komplain

PT SUMMERVILLE INDONESIA
(Metropolitan City Pekanbaru)

**Komplain Tenant
(Voice Response)**

1. *Hearing*
2. *Empathy*
3. *Apologize*
4. *Take action*

(Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra; 2011, 29)

Pelayanan Prima

1. *Attitude* (sikap)
2. *Attention* (perhatian)
3. *Action* (tindakan)
4. *Anticipation* (antisipasi)

(Daryanto & Ismanto Setyabudi; 2014, 107)

Tabel 2.3:
*Kerangka Pikir Penelitian*⁵⁴

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) merupakan perusahaan yang mewadahi kegiatan perdagangan berupa kompleks pertokoan yang terdiri dari beberapa *tenant* dan masing-masing *tenant* tersebut tidak terikat satu sama lain. PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) menjadi salah satu *mall* yang menggabungkan antara pusat perbelanjaan, kuliner, dan berwisata yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dalam hubungan yang terjalin antara pihak manajemen PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dengan para *tenant* tak jarang muncul komplain dari pihak *tenant* atas ketidakpuasan yang mereka rasakan. Ketika hal tersebut terjadi, *tenant* berhak memilih untuk mengambil tindakan atas

⁵⁴ Olahan Peneliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketidakpuasan itu ataupun tidak mengambil tindakan dengan cara melakukan komplain. Dalam hal ini *tenant relations officer*-lah yang bertanggungjawab untuk mengelolanya ketika *tenant* memutuskan untuk melakukan komplain.

Komplain *tenant* merupakan ungkapan atas kekecewaan dan ketidakpuasan yang dialami oleh perusahaan atau perorangan yang menjual barang dagangannya di kompleks pertokoan PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) terhadap *service* yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan kepada mereka.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi *tenant* sebelum melakukan komplain atas ketidakpuasan yang ia rasakan, yaitu: tingkat kepentingan konsumsi yang dilakukan, tingkat ketidakpuasan yang dirasakannya, manfaat yang diperoleh ketika ia melakukan komplain, pengetahuan dan pengalamannya, sikapnya terhadap keluhan, tingkat kesulitan yang akan dihadapi dalam mendapatkan ganti rugi, dan peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Komplain yang muncul atas ketidakpuasan pelanggan tersebut dapat diselesaikan dengan menggunakan konsep HEAT, yang terdiri atas *Hearing*, *Empathy*, *Apologize*, dan kemudian *Take Action*⁵⁵ dengan indikator masing-masing sebagai berikut:

a. *Hearing*

Hearing berarti pihak manajemen harus belajar untuk menjadi pendengar yang baik bagi para *tenant*. Dengarkan saja apa yang menjadi keluhan dari *tenant* sampai habis tanpa melakukan interupsi sambil berusaha untuk memahami apa sesungguhnya yang mengganggu atau yang mengganjal di hati mereka. Sub-indikator dari *hearing* terdiri atas mendengarkan dengan seksama, menggunakan instrumen pendukung, *respect*, merespon secara aktif, dan memahami.

Empathy

Empathy merupakan tahapan selanjutnya yakni berusaha memosisikan diri sebagai *tenant* yang sedang melakukan komplain serta berusaha memahami lebih jauh mengenai perasaan, pikiran, keinginan, maupun kekesalan yang mereka rasakan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan mengatakan “Saya sepenuhnya

⁵⁵ Mohammad Cholil & Adi Soenarno, *Op. Cit.*, 1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengerti mengapa Anda merasa demikian, jika berada pada posisi Anda mungkin saya juga akan melakukan hal yang sama”. Dengan menunjukkan rasa empati tersebut, kita bisa mengendalikan keadaan dan meredakan ketegangan yang sedang dihadapi.

Apologize

Apologize merupakan hal yang sederhana namun sangat berarti ketika sedang dihadapkan dengan *tenant* yang melakukan komplain. Meskipun kesalahan tersebut bukan disebabkan oleh salah seorang personil di perusahaan, namun pada situasi tersebut permintaan maaf disampaikan untuk mewakili perusahaan secara keseluruhan. Hal ini juga membuat *tenant* merasa bahwa dirinya dan pendapatnya dihargai. Terdapat dua sub-indikator dalam *apologize* yaitu meminta maaf dan bersikap rendah hati.

d. *Take Action*

Take action adalah langkah selanjutnya yang perlu ada setelah permintaan maaf dilontarkan kepada *tenant*. Di sinilah *skill* manajemen krisis yang sesungguhnya dari seorang *tenant relations officer* dibutuhkan. Berbekal informasi yang diberikan oleh *tenant* serta memahami situasi yang sedang terjadi, *tenant relations officer* dituntut untuk mampu mengemukakan alternatif pemecahan masalah tersebut dan melaksanakannya hingga tuntas. Sub-indikator dari langkah terakhir ini terdiri atas klarifikasi, solusi, persetujuan dan pengambilan tindakan serta *follow up*.

Sedangkan agar pengelolaan komplain *tenant* tersebut dapat meningkatkan pelayanan prima maka harus mampu memenuhi beberapa aspek. Dalam hal ini peneliti menggunakan konsep 4A, yang terdiri dari: ⁵⁶

Attitude

Dalam menjalankan konsep pelayanan prima kepada *tenant*, sikap atau *attitude* merupakan poin yang utama. Sikap ramah dan sabar dalam melakukan pelayanan kepada *tenant*, baik itu *tenant* kelas atas maupun *tenant* kecil harus diterapkan dengan seimbang. Untuk menciptakan kesan *attitude* yang baik di mata *tenant*, maka para pegawai yang berinteraksi langsung dengan *tenant* wajib

⁵⁶ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Op. Cit.*, 107.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan bahasa yang sopan, cekatan dalam menanggapi komplain, dan menjadikan *tenant* sebagai seorang raja.

c. *Attention*

Attention atau perhatian adalah tindakan untuk memperhatikan keinginan *tenant* serta fokus dalam menciptakan kepuasan *tenant*. Atensi tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara, misalnya mencermati karakter *tenant* yang datang, memahami kepentingan dan kebutuhan *tenant*, serta mampu memberikan nasihat jika diperlukan.

d. *Action*

Action berguna untuk mewujudkan apa yang diharapkan oleh *tenant*. *Action* yang dilakukan hendaknya memenuhi prinsip cepat, tepat, hemat, dan selamat.

d. *Anticipation*

Anticipation sebagai *back up* terakhir dari usaha melakukan pelayanan prima kepada para *tenant* adalah menyiapkan solusi dari segala kemungkinan yang terjadi didalam perusahaan. Hal tersebut dikenal dengan antisipasi bisnis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif mengarah pada pendekatan deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.⁵⁷ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tujuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain. Berdasarkan pandangan tersebut, penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mencari sebuah fakta, kemudian memberikan penjelasan mengenai pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima.

Pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta atau sifat-sifat tertentu. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan atau memo, dan dokumentasi lainnya.⁵⁸

Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif, landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.⁵⁹

⁵⁷ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003), 63.

⁵⁸ J. Lexy Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 155.

⁵⁹ *Ibid*, 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan di Pekanbaru yang beralamat di Jalan H.R. Soebrantas Km. 12, Panam, Pekanbaru, kode pos 28293, Telp: 0761-589955, Fax. 0761-588883. Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu Desember 2019 hingga Februari 2020.

C. Sumber Data

Sumber data sangat ditentukan oleh metodologi penelitian yang digunakan, dalam penelitian kualitatif data-data diperoleh melalui beberapa cara yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁶⁰ Adapun sumber peneliti memperoleh data dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:⁶¹

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama dan tangan pertama di lapangan. Data ini merupakan data utama yang didalamnya akan ditarik kesimpulan-kesimpulan dari hasil mewawancarai informan tentang pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima. Kemudian sebagai pelengkap peneliti akan memaparkan hasil dari observasi dan dokumen-dokumen terkait penelitian yang peneliti lakukan.

2. Data sekunder, merupakan data yang peneliti dapatkan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data melalui literatur sumber naskah yang relevan dan mendukung penelitian. Dari berbagai sumber bacaan yang terkumpul seperti buku-buku pengetahuan, jurnal, skripsi terdahulu, situs dan karya ilmiah lainnya. Diharapkan peneliti bisa mendapatkan data dan fakta sebanyak-banyaknya demi mendukung proses penelitian.

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini peneliti pilih secara *purposive*, yakni dengan menilai bahwa informan tersebut memberikan peneliti penjelasan yang tepat

⁶⁰ Rahmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 132.

⁶¹ *Ibid.*, 61.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tentang data apa saja yang ingin peneliti ketahui terkait penelitian yang peneliti lakukan yaitu pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima. Informan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 yaitu:⁶²

1. **Informan kunci (*key informan*)** merupakan para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian. Informan kunci dalam penelitian ini adalah *Tenant Relations Officer*, kepala divisi (Kadiv) *Mecanical Engineering Plumbing (MEP)*, dan *Housekeeping* PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).

No.	Nama	Jabatan	Kepentingan Informan
1	Viny Putri Fauzi	<i>Tenant Relations Officer</i>	Semua komplain <i>tenant</i> dikelola oleh <i>tenant relations officer</i>
2	Tuslim	Kepala divisi (Kadiv) <i>Mecanical Engineering Plumbing (MEP)</i>	Sebagian besar komplain <i>tenant</i> diselesaikan oleh tim sipil (<i>MEP</i>)
3	Ridho Respati	<i>Housekeeping</i>	Komplain <i>tenant</i> dari sore hingga malam di- <i>back up</i> oleh tim <i>housekeeping</i>

Tabel 3.1:
Informan Kunci (*Key Informan*) Penelitian⁶³

2. **Informan tambahan** yaitu siapa saja yang ditemukan di wilayah penelitian yang diduga dapat memberikan informasi tentang masalah yang diteliti. Informan tambahan dalam penelitian ini adalah komandan regu (Danru) *Security* dan *tenant* PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).

No.	Nama	Jabatan	Kepentingan Informan
1	Wahyudi	Komandan regu (Danru) <i>Security</i>	Beberapa komplain <i>tenant</i> dibantu <i>back up</i> oleh <i>security</i>
2	Rizky Akbar	<i>Tenant</i>	Pihak yang melakukan komplain
3	Amanda Chairunnisa	<i>Tenant</i>	Pihak yang melakukan komplain

Tabel 3.2:
Informan Tambahan Penelitian⁶⁴

⁶² Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relatios dan Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 30.

⁶³ Olahan Peneliti.

⁶⁴ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara

Wawancara atau *interview* merupakan metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan, melalui tanya jawab dan berhadapan langsung kepada orang atau informan yang dapat memberikan keterangan dan data.⁶⁵

Wawancara (*interview*) adalah suatu bentuk komunikasi verbal atau percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.⁶⁶ Informasi tersebut peneliti dapatkan berdasarkan informan yang telah peneliti pilih sebelumnya dengan cara menekankan pada situasi peran antarpribadi (*face to face*) ketika peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian terhadap informan mengenai pengelolaan *komplain tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima.

Wawancara yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam terhadap pihak-pihak berkepentingan seperti *Tenant Relations Officer*, kepala divisi (Kadiv) *Mecanical Engineering Plumbing (MEP)*, *Housekeeping*, komandan regu (Danru) *Security*, dan *tenant* PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) yang dianggap relevan serta mampu mendukung pencapaian tujuan penelitian ini.

Observasi

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat, menganalisa secara sistematis terhadap gejala atau fenomena dan objek yang akan diteliti⁶⁷. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindera mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.⁶⁸ Kegiatan observasi ini merupakan salah satu kegiatan yang kita lakukan

⁶⁵ Rosady Ruslan, *Loc. Cit.* 23.

⁶⁶ Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah, Edisi I* (Jakarta: PT Bumi Akasara, 2008),

⁶⁷ Abu Achmad dan Narbuko Cholid, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007),

⁶⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 143.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk memahami lingkungan, observasi di sini diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Metode ini lebih memungkinkan periset mengamati kehidupan individu atau kelompok dalam situasi *real* tanpa dikontrol secara sistematis seperti riset eksperimental.⁶⁹ Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (partisipatif) ataupun tidak terlibat (non partisipatif).⁷⁰

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi non-partisipatif yakni melakukan pengamatan tanpa melibatkan peneliti secara langsung dalam kegiatan yang menjadi sasaran penelitian. Sasarannya yaitu untuk melihat fenomena-fenomena terkait dengan pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima.

3. Dokumentasi

Dokumen adalah bahan yang secara tertulis ataupun film, dokumen lain dengan *record* yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik.⁷¹ Dokumen seperti ini dapat mempermudah dalam mengolah data dalam penelitian, jika dokumen-dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian tidak ada, maka akan terdapat kesulitan dalam meneliti.

Dokumen yang peneliti maksud dalam penelitian ini berupa file-file komplain *tenant*, rekapan laporan komplain *tenant*, *standard operating procedure* (SOP) penyelesaian komplain, serta foto-foto yang menunjukkan adanya bukti komplain dari *tenant* PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis kualitatif, yakni data yang diperoleh digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang kemudian dipisahkan menurut kategorinya demi memperoleh kesimpulan.⁷² Teknik analisis ini dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:⁷³

⁶⁹ Rachmat Kriyantono, *Op. Cit.*, 98.

⁷⁰ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Jakarta: Erlangga, 2009), 101.

⁷¹ J. Lexy Moeleong, *Op. Cit.*, 186.

⁷² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 243.

⁷³ J. Lexy Moeleong, *Loc. Cit.*, 11.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik-topik pembahasan.

Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan sehingga hanya akan menyisakan data yang benar-benar dibutuhkan dalam pencapaian tujuan penelitian. Data yang dihasilkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi merupakan data yang belum tersusun dengan baik sehingga masih perlu untuk dipilih. Proses reduksi data meliputi merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Data yang sudah diperoleh merupakan data yang terkait dengan pengelolaan komplain oleh *tenant relations officer* PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan *service of excellence*.

3. Deskripsi data, yaitu menguraikan dan menyajikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan yang diperoleh dari hasil reduksi data kemudian disajikan dalam laporan yang sistematis dan mudah dipahami. Penyajian data ini dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan sehingga mencapai analisis kualitatif yang valid.

4. Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat dengan melihat hasil reduksi data dan tetap mengacu pada rumusan serta tujuan penelitian yang hendak dicapai. Peneliti dapat memberikan makna, tafsiran, argumen, membandingkan data dan mencari hubungan antara satu dengan yang lainnya sehingga mudah untuk menarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap perumusan masalah.

Dengan menjalankan langkah-langkah teknik analisis ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Validitas Data

Validitas data membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data sehingga instrumen atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya.⁷⁴

Dalam memperoleh tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya yaitu triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu dengan menggunakan sumber, metode, penyidik, dan teori dalam penelitian secara kualitatif.⁷⁵ Artinya seorang peneliti dapat melakukan upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan membuat hubungan dari berbagai sudut pandang, sederhananya peneliti dapat melakukan *check and recheck* pada temuan dengan melakukan perbandingan.

Empat macam tringulasi data yaitu:⁷⁶

1. Tringulasi Sumber

Tringulasi sumber membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

2. Tringulasi Metode

Tringulasi metode merupakan usaha pengecekan keabsahan data dan temuan riset, maka tringulasi metode dapat dilakukan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk memperoleh data.

Tringulasi Penyidik

Tringulasi penyidik menggunakan lebih dari satu penyidik/peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara. Penggunaan peneliti atau pengamat yang lainnya membantu mengurangi penyimpangan dalam pengumpulan data.

⁷⁴ Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, 219.

⁷⁵ *Ibid.*, 220.

⁷⁶ *Ibid.*, 220.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tringulasi Teori

Tringulasi teori memanfaatkan dua atau lebih teori sebagai perbandingan untuk keperluan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data secara lebih lengkap agar hasilnya lebih komprehensif.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tringulasi sumber, tringulasi ini membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber berbeda. Setelah dilakukan penelitian dan terkumpul semua data maka semua data yang diperoleh di lapangan baik yang berupa observasi maupun wawancara dikumpulkan dan dianalisis sehingga mendapatkan deskripsi tentang pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) dalam meningkatkan pelayanan prima.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru)

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) merupakan perusahaan yang mewadahi kegiatan perdagangan berupa kompleks pertokoan yang terdiri dari beberapa *tenant* dan masing-masing *tenant* tersebut tidak terikat satu sama lain. PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) menjadi salah satu *mall* yang menggabungkan antara pusat perbelanjaan, kuliner, dan berwisata yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dan beralamat di Jalan H.R. Soebrantas Km. 12, Panam, Pekanbaru, kode pos 28293, Telp: 0761-589955, Fax. 0761-588883.⁷⁷

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) diresmikan tepat pada tanggal 26 Februari 2009.⁷⁸ Metropolitan City Pekanbaru terdiri dari beberapa bagian area, sebagai berikut:⁷⁹

1. 1st Floor

Lantai 1 PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) merupakan pusat perbelanjaan yang memadukan antara pertokoan, tempat bermain, dan pusat kuliner. Secara garis besar, lokasi lantai 1 meliputi: *anchor tenant* yaitu Giant Ekstra; *regular tenant* yang terdiri dari KFC, J.Co Donuts, Breadtalk, dan Pizza Hut, Roti 'O; *franchise tenant* yang terdiri atas Amanda Brownies, Mr. Cream Puff, Klapper Pie, Varina Risoles, Chocolate Changer, dan Celine Dorayaki; *local tenant* dan *chart operator tenant* seperti pusat pertokoan: Blok A (A01-A45), Blok B (B01-B43), Pameran berupa: City Walk (A, B, D, dan E), Kounter Kaca (KK01-KK50), The Station (TSA01-16, TSB01-TSB32, TSC01-TSC08, TSM01-TSM18, TSL01-TSL02), Pasar Senja 1 (PS101-PS110),

⁷⁷ Dokumen *Company Profile* Metropolitan City Pekanbaru 2015. Diperoleh dari *Human Resources Development* Metropolitan City Pekanbaru pada 4 November 2019 pukul 16.07 WIB.

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ Dokumen *Lay Out* Metropolitan City Pekanbaru 2019. Diperoleh dari *Tenant Relations Officer* Metropolitan City Pekanbaru pada 4 November 2019 pukul 15.00 WIB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pasar Senja 2 (PS201-PS275), pusat kuliner berupa: Food Bazar (FZ01-FZ25), dan Ole-Ole (OL01-OL21).

2nd Floor

Lantai 2 PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) merupakan pusat service dan jual beli handphone, laptop, serta aksesorisnya yang disebut dengan Blok C (C01-C59). Juga terdapat 2 jembatan penyeberangan, *photobox*, musholla, serta tempat bermain (Super World). Selain itu, di lantai 2 juga terdapat kantor *Cleaning Service*.

3rd Floor

Pada lantai 3 PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) terdapat kantor pengelola gedung lengkap dengan kasir yang menjadi tempat para *tenant* membayar sewa mereka setiap bulannya. Di bagian paling depan juga terdapat ruangan pelayanan parkir dan *security*. Pada bagian *roof top* lantai 3, terdapat gudang penyimpanan barang-barang PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).

4. Pusat Informasi

Pusat informasi atau yang dikenal juga dengan *Customer Service* PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) berposisi di *main entrance* sebelah kanan PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru). Di sana para pengunjung maupun *tenant* dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan seputar gedung PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru), juga melayani pengaduan kehilangan barang, anak hilang, ataupun melayani komplain *customer*.

Kampoeng Senggol

Kampoeng Senggol merupakan hasil dari relokasi Lapak Senggol yang sebelumnya berlokasi di sebelah Pasar Senja 2. Kampoeng Senggol sekarang berposisi di area parkir timur PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) tepatnya di belakang Pizza Hut. Kampoeng Senggol ini menjadi pusat perbelanjaan yang didominasi oleh *fashion stuff* seperti pakaian, sepatu, tas, aksesoris, juga dilengkapi dengan sajian berbagai kuliner. Kampoeng Senggol



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

saat ini mengusung tema yang menarik dan penuh warna warni. Kampoeng Senggol ini baru diresmikan pada pertengahan Desember 2019.

6. Area Parkir

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) memiliki lahan parkir yang luas, baik di pelataran parkir Barat maupun di Timur. Area parkir utama yang berlokasi di depan *main entrance* juga seringkali dijadikan sebagai *venue* untuk berbagai *event* yang dilaksanakan di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) baik oleh *Event Organizer* maupun oleh *Internal Event Marketing* PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru). Area ini juga memuat tenda-tenda pameran bagi para *tenant* yang ingin menyewa *space* untuk waktu beberapa hari saja. Pintu masuk parkir untuk PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) pun tersebar pada 3 titik, yaitu akses dari Jalan H.R. Soebrantas, dari Jalan Manyar Sakti, dan akses dari Jalan Balam Sakti.

7. Booth Container

Booth Container (BC01-BC04) merupakan *space outdoor* yang ditempatkan di pelataran timur PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru). Booth kontainer ini diantaranya merupakan tempat penitipan barang, menjual makanan, dan minuman. Hingga saat ini sudah ada 4 booth container yang aktif beroperasi.

8. ATM Center

Pusat ATM di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) menyediakan pelayanan mesin ATM dari 5 bank yang berbeda, yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Central Asia (BCA), Bank Jawa Barat (BJB), dan Cimb Niaga.

9. Toilet dan Tempat Berwudhu

Di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) tersedia toilet untuk laki-laki maupun untuk perempuan. Di lantai 1 terdapat 2 toilet yang terletak di sebelah Ole-Ole dan di sebelah kiri sebelum The Station. Toilet di lantai 2 berlokasi di sebelah kiri Super World. Kemudian untuk di lantai 3, juga terdapat toilet untuk karyawan yang terletak di *roof top* PT Summerville Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(Metropolitan City Pekanbaru). Sedangkan tempat berwudhu disediakan juga di lantai 2 yang berada tepat di samping musholla.

10. Panel Listrik dan *Base Camp* Tim Sipil

Panel listrik terbesar PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) berlokasi di bagian belakang gedung Giant Ekstra. Di sana juga terdapat gedung yang menjadi tempat penyimpanan segala perlengkapan dan alat-alat tim sipil.

Pada saat ini PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) sedang dalam masa pengembangan dan pengoptimalan lahan. Lahan yang biasanya dijadikan sebagai kebun sawit telah dialihfungsikan menjadi tempat parkir. Kemudian di area ex Lapak Senggol akan dibangun lahan parkir, tambahan gedung kios, serta *project* bioskop. Pembangunan ini ditargetkan beroperasi paling lambat pada akhir tahun 2020.

B. Visi dan Misi PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru)⁸⁰

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang properti yang menjadi pusat perbelanjaan, PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) memiliki Visi:

“Metropolitan City Sebagai ICON Propinsi Riau Untuk Menjadi Tempat Tujuan Belanja Dan Berwisata Yang Mampu Mencakup Seluruh Wilayah Riau Sampai Mampu Menyentuh Seluruh Wilayah Indonesia.”

Dengan Misi sebagai berikut:

“Menjadikan Metropolitan City Tujuan Utama Seluruh Lapisan Masyarakat untuk Berbelanja dan menikmati Kuliner Nusantara sekaligus Sebagai Tempat Hiburan Keluarga Masyarakat Riau bahkan Seluruh Wilayah Indonesia.”

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) juga memiliki *“Strategic Intent”* untuk menyongsong pasar di tahun 2023, dengan Visi 2023 sebagai berikut:

⁸⁰ Document of Strategic Intent Metropolitan City Pekanbaru. Diperoleh dari Human Resources Development Metropolitan City Pekanbaru pada 4 November 2019 pukul 16.20 WIB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Menjadi destinasi pusat belanja, rekreasi, dan tempat tinggal pilihan masyarakat di Riau yang nyaman dan berfasilitas lengkap dengan harga terjangkau.”

Visi Beyond 2023 of Metropolitan City Pekanbaru is:

“Becoming one BEST (Bussiness, Entertainment, Shopping, Trendy lifestyle and living) stop center in Sumatera.

Untuk mewujudkan visi tersebut, PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) memiliki beberapa misi, sebagai berikut:

1. Meningkatkan taraf dan kualitas hidup karyawan secara finansial maupun intelektual sehingga mereka dapat berkarya dan mengaktualisasikan diri
 2. Maju dan tumbuh bersama melalui sinergi yang saling menguntungkan dengan para mitra bisnis
 3. Memberi pengunjung dan penghuni pengalaman terbaik dalam berbelanja dan rekreasi mengikuti gaya hidup modern terkini
 4. Senantiasa tumbuh berkelanjutan dan bernilai tambah bagi pemegang saham melalui optimalisasi lahan dan efisiensi operasional
 5. Menciptakan lapangan pekerjaan yang menggerakkan ekonomi Pekanbaru
- Kemudian untuk menunjang hal tersebut di atas, PT Summerville Indonesia

(Metropolitan City Pekanbaru) memiliki strategi besaran berupa:

1. Sistem IT yang terintegrasi
2. Proses bisnis yang terukur
3. Eksekusi prima dan kepatuhan pada SOP
4. Mentalitas melakukan dengan benar dari awal
5. Mixed development
6. Konsep desain mengikuti gaya hidup terbaru

Dengan nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi, sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Proaktif dan peduli | 4. Integritas dan loyalitas |
| 2. Tekun dan gigih | 5. Bersyukur dan berterimakasih |
| 3. Kerjasama tim | 6. Bangga menjadi bagian dari perusahaan |

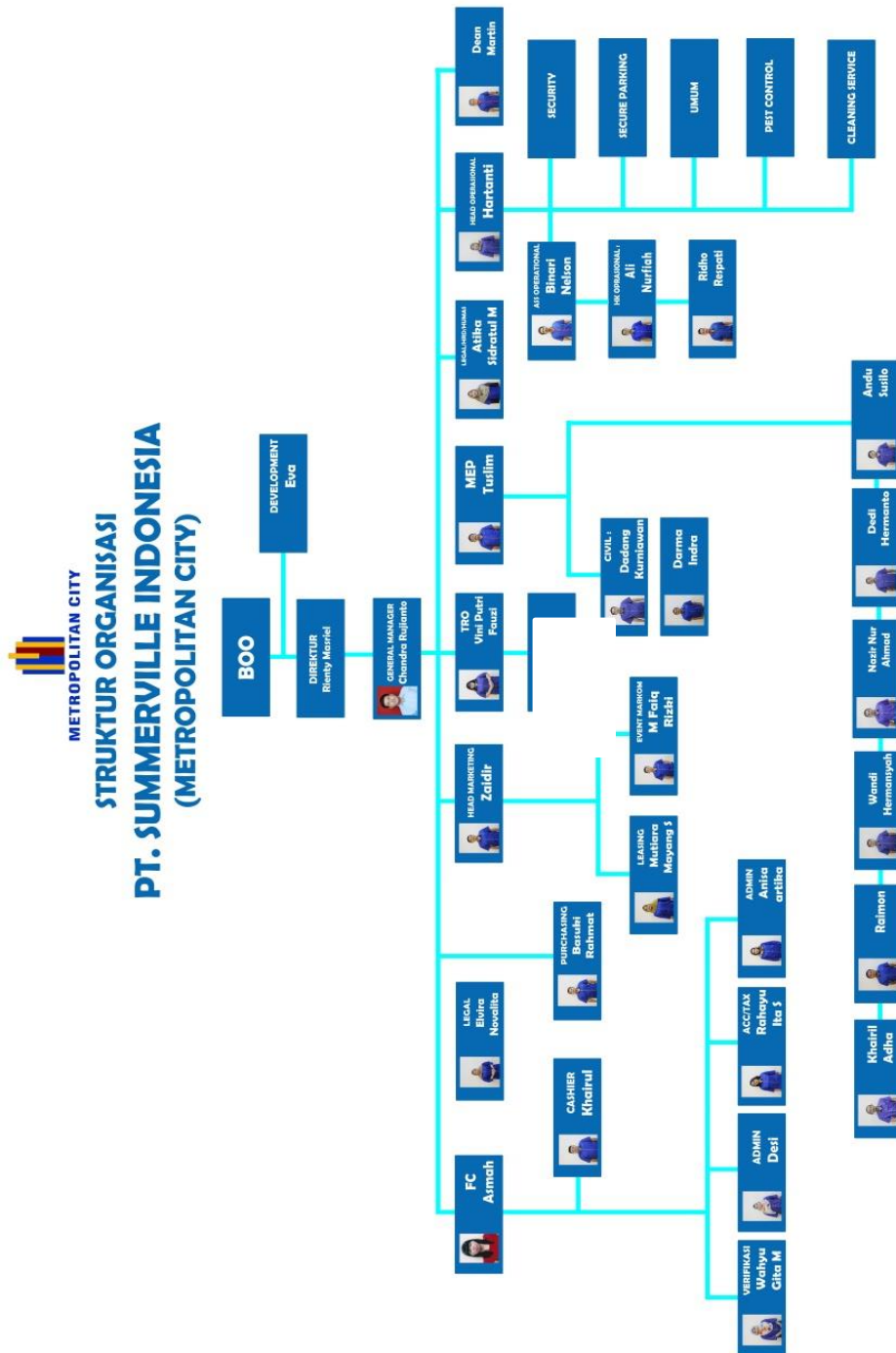
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Struktur Organisasi PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru)⁸¹



Gambar 4.1:

Struktur Organisasi PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru)

⁸¹ Struktur Organisasi Metropolitan City Pekanbaru 2019. Diperoleh dari *Human Resources Development* Metropolitan City Pekanbaru pada 4 November 2019 pukul 16.15 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tugas dan Fungsi Karyawan di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru)⁸²

Leasing, bertugas untuk:

- a. Pengurusan tenant masuk
- b. Masuk casual leasing
- c. Pengurusan tenant pindah tempat
- d. Laporan bulanan marketing
- e. Event arrangement

Event Marcomm, bertugas untuk:

- a. Event internal arrangement
- b. Event eksternal arrangement
- c. Marketing communication arrangement

3. Tenant Relations Officer, bertugas untuk:

- a. Pengurusan tenant keluar
- b. Keluar casual leasing
- c. Pengurusan tenant balik nama
- d. Back-up komplain customer
- e. Mengurus penebusan barang ambil alih

4. Operations, bertugas untuk:

- a. Serah-terima kios masuk tenant
- b. Serah-terima kios keluar tenant
- c. Masuk casual leasing
- d. Keluar casual leasing
- e. Penyevelan kios
- f. Ambil alih kios
- g. Mengurus izin kerja
- h. Long stay guest parkir
- i. Parking system offline
- j. Mendata kios yang terlambat buka

⁸² Flow Chart Metropolitan City Pekanbaru 2018. Diperoleh dari *Human Resources Development* Metropolitan City Pekanbaru pada 4 November 2019 pukul 16.07 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- k. Mendistribusikan faktur tagihan (invoice)

Legal, bertugas untuk:

- a. Pengurusan kontrak tenant baru
- b. Pengurusan kontrak tenant perpanjangan
- c. Pengurusan kontrak outsource baru/perpanjangan
- d. Pengurusan kontrak iklan baru/perpanjangan
- e. Pengurusan perizinan usaha

Human Relationship, bertugas untuk:

- a. Menjalankan Corporate Social Responsibility
- b. Membuat laporan absensi karyawan
- c. Membuat laporan absensi outsource
- d. Perekrutan karyawan baru
- e. Membuat surat teguran/peringatan
- f. Mengurus pengambilan cuti karyawan
- g. Menyusun shift schedule planning
- h. Arrange schedule MOD (Manager On Duty)
- i. Update staff record

7. Mechanical Engineering, bertugas untuk:

- a. Mengerjakan komplain customer
- b. Pencatatan meteran listrik & air tenant
- c. Pemutusan listrik

Development, bertugas untuk:

- a. Handling vendor
- b. Design approval (kios)
- c. Design & planning

Purchasing, bertugas untuk: mengurus segala pembelian barang

Finance, bertugas untuk:

- a. Pengurusan disposisi masuk
- b. Pengurusan disposisi keluar
- c. Mendata tenant segel
- d. Pendataan sita/ambil alih lapak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Menghitung pemutusan listrik
- f. Mengelola penggunaan kas besar
- g. Penagihan creditors
- h. Membuat faktur tagihan (invoice)
- i. Absensi payroll
- j. Payroll
- k. Top up kas kecil
- l. Daily cash deposit
- m. Bank in
- n. Proses payment by BG & Cheque
- o. Pembayaran ke kreditor
- p. Membuat laporan keuangan
11. Mechanical, Electrical, and Plumbing, bertugas untuk:
 - a. Pemeliharaan panel listrik
 - b. Pemeliharaan genset
 - c. Pemeliharaan lampu penerangan umum
 - d. Pemeliharaan plumbing
 - e. Pemeliharaan STP/sampit



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan fakta-fakta temuan peneliti di lapangan yang telah dipaparkan berupa hasil serta pembahasan dalam skripsi ini, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang peneliti lakukan terkait pengelolaan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) menunjukkan bahwa teori HEAT (*hearing, empathy, apologize, dan take action*) merupakan formula yang tepat dalam menyelesaikan komplain *tenant* di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru).

Dalam praktiknya implementasi dari teori tersebut mampu meminimalisir timbulnya komplain *tenant* yang akhirnya dapat meningkatkan pelayanan prima melalui perwujudan dari aspek *attitude* (sikap), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), dan *anticipation* (antisipasi) yang baik dan memadai. Disamping itu, menjalin hubungan yang harmonis antara pihak manajemen perusahaan dengan pihak *tenant* akan membantu perusahaan untuk mendapatkan masukan-masukan positif dari *tenant* dibanding menerima komplain-komplain.

B Saran-Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan untuk PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) pada kesempatan kali ini adalah sebagai berikut:

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) agar lebih memaksimalkan lagi personil-personil yang mengelola setiap bidang kerja, terutama hubungan dengan para *tenant* dan pelanggan secara keseluruhan.

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) melakukan *maintenance* rutin terhadap gedung dan fasilitas yang ada untuk meremajakan kualitasnya sehingga diharapkan dapat meminimalisir masalah yang menimbulkan komplain.

PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) agar mengambil langkah nyata dalam merealisasikan poin-poin yang tertuang pada dokumen *strategic intent* demi terwujudnya visi *beyond 2023* agar terwujudnya pelayanan prima untuk para *stakeholder*.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Buku:

- Achmad, Abu & Narbuko Cholid. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ahantan, Lina. 2008. *Service Excellence: Competiting Through Competitiveness*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Beard, Mike. 2001. *Manajemen Departemen Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2005. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cholil, Mohammad & Adi Soenamo. 2014. *Complaintopedia: The Art of Complaint Handling*. Yogyakarta: Andy.
- Daryanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Daryanto & Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Haryono, Budi. 2018. *How to Manage Customer Voice – Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andy.
- Ikrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Keith, Butterick. 2012. *Introducing Public Relations: Theory and Practic (Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik, Penerjemah: Nurul Hasfi)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management: Upper Saddle River*. New Jersey. Pearson Education.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- _____. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Moeleong, Lexy J. 2000. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Mukarom, Zainal & Muhibudin Wijaya Laksana. 2015. *Manajemen Public Relation: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasution. 2008. *Metode Research Penelitian Ilmiah, Edisi I*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari. 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Porter, Michael E. 2011. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, trans. Agus Maulana. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi dengan Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Seitel, Fraser P. 2015. *The Practice of Public Relations*, trans. Shinta Puspita Sari. Jakarta: Erlangga.
- Soedjas, Triwibowo & Bayu Aji Aritejo. 2006. *Merebut dan Mempertahankan Pelanggan: Kiat Medical Representative Meningkatkan Pasar Obat Ethical*. Yogyakarta: Andy.
- Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Triptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Triptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andy.
- Triptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction – Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andy.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sumber dari Jurnal dan Skripsi:

- Eva Oktaviani. 2011. *Strategi Customer Relation dalam Menangani Keluhan Pelanggan di Balai Karantina Pertanian Semarang*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Sosial dan Politik. Universitas Pembangunan Nasional Veteran: Yogyakarta.
- Felicia Janice Suciawan. 2014. *Relationship Management Tenant Relations* Mal XYZ. Jurnal e-komunikasi, Vol. 2, No. 3. Prodi Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra: Surabaya.
- Meivi Kartikasaris. 2015. *Penerapan Case Based Reasoning pada Sistem Pendukung Keputusan Penanganan Komplain Penyewa Mall*. Jurnal EECCIS Vol. 9, No. 2. Fakultas Teknik. Universitas Brawijaya: Malang.
- Oza Syafriani. 2016. *Penanganan Keluhan Tamu oleh Karyawan Front Office di Grand Rocky Hotel Bukittinggi*. Fakultas Pariwisata & Perhotelan. Universitas Negeri Padang: Padang.

Sumber dari Internet:

- “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, diakses pada 12 November 2019, <https://kbbi.web.id/kelola>.
- Sharing Di Sana, “*TR Efektif Cerdas dalam Menghadapi Masalah*”, diakses pada 16 Januari 2019, <http://sharingdisana.com/2014/06/02/tr-efektif-cerdas-dalam-menghadapi-masalah/>.

Sumber-Sumber Lain:

- Document of Strategic Intent* Metropolitan City Pekanbaru
- Dokumen *Company Profile* Metropolitan City Pekanbaru 2015.
- Dokumen *Lay Out* Metropolitan City Pekanbaru 2019.
- Dokumen *Standard Operating Procedure* Metropolitan City Pekanbaru 2019.
- Flow Chart* Metropolitan City Pekanbaru 2018.
- Laporan Komplain *Tenant* Metropolitan City Pekanbaru 2019.
- Struktur Organisasi Metropolitan City Pekanbaru 2019.

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA PENGELOLAAN KOMPLAIN *TENANT* DI PT SUMMERVILLE INDONESIA (METROPOLITAN CITY PEKANBARU) DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PRIMA

*Keterangan:

TRO: *Tenant Relations Officer*

HK: *Housekeeping*

MEP: Kepala divisi *Mecanical Electrical Plumbing*

SEC: Komandan regu *security*

TNT: *Tenant*

No.	PERTANYAAN	INFORMAN				
		TRO	HK	MEP	SEC	TNT
1	Apa saja tugas dan fungsi <i>tenant relations officer</i> MTC Pekanbaru?	√				
2	Bagaimana standar prosedur penanganan komplain <i>tenant</i> di MTC Pekanbaru?	√				
3	Apakah ada skala prioritas dalam penyelesaian komplain <i>tenant</i> di MTC Pekanbaru? Jika ada, apa hal yang menjadi tolak ukur pihak manajemen MTC Pekanbaru dalam menentukan skala prioritas tersebut?	√	√			
4	Bagaimana sikap manajemen MTC Pekanbaru dalam mendengarkan komplain <i>tenant</i> ?	√	√		√	√
5	Apa instrumen pendukung yang digunakan oleh manajemen MTC Pekanbaru dalam mendengarkan komplain dari <i>tenant</i> ?	√	√		√	√
6	Bagaimana manajemen MTC Pekanbaru menunjukkan sikap <i>respect</i> dalam mendengarkan komplain <i>tenant</i> ?	√	√		√	√
7	Bagaimana manajemen MTC Pekanbaru memberikan respon aktif terhadap keluhan yang disampaikan oleh <i>tenant</i> ?	√	√		√	√
8	Bagaimana manajemen MTC Pekanbaru berusaha untuk memahami keluhan yang disampaikan oleh <i>tenant</i> ?	√	√		√	√
9	Bagaimana manajemen MTC Pekanbaru dalam menunjukkan rasa empati terhadap <i>tenant</i> yang melakukan komplain?	√	√		√	√
10	Bagaimana sikap manajemen MTC Pekanbaru untuk mengutarakan permintaan maaf atas komplain <i>tenant</i> ?	√	√		√	√
11	Bagaimana manajemen MTC Pekanbaru menghadapi <i>tenant</i> yang komplain atas kesalahan yang bukan berasal dari pihak perusahaan?	√	√		√	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
3. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

No.	PERTANYAAN	INFORMAN				
		TRO	HK	MEP	SEC	TNT
12	Bagaimana manajemen MTC Pekanbaru meredakan ketegangan dan mengendalikan keadaan ketika dihadapkan dengan <i>tenant</i> yang melakukan komplain secara marah-marah?	√	√		√	
13	Bagaimana manajemen MTC Pekanbaru dalam mengklarifikasi komplain dari <i>tenant</i> ?	√	√	√	√	√
14	Bagaimana manajemen MTC Pekanbaru menawarkan solusi dan alternatif penyelesaian masalah kepada <i>tenant</i> yang melakukan komplain?	√	√			√
15	Bagaimana pendelegasian tugas dari manajemen MTC Pekanbaru kepada divisi lain agar segera ada tindakan untuk menyelesaikan komplain <i>tenant</i> ?	√	√			
16	Apa tindakan lanjutan yang dilakukan oleh manajemen MTC Pekanbaru untuk mem- <i>follow up</i> komplain <i>tenant</i> yang telah diselesaikan?	√				√
17	Bagaimana kiat manajemen MTC Pekanbaru untuk mengantisipasi timbulnya komplain <i>tenant</i> ?	√	√			√

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 2

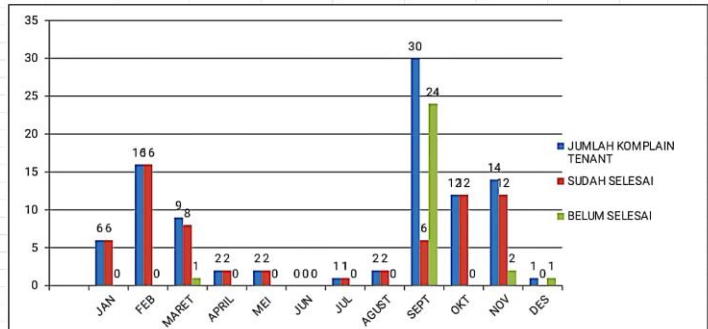
DATA REKAPAN JUMLAH KOMPLAIN TENANT PT SUMMERVILLE INDONESIA (METROPOLITAN CITY PEKANBARU) PERIODE JANUARI-DESEMBER 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DATA REKAPAN JUMLAH KOMPLAIN TENANT MTC PERIODE 2019

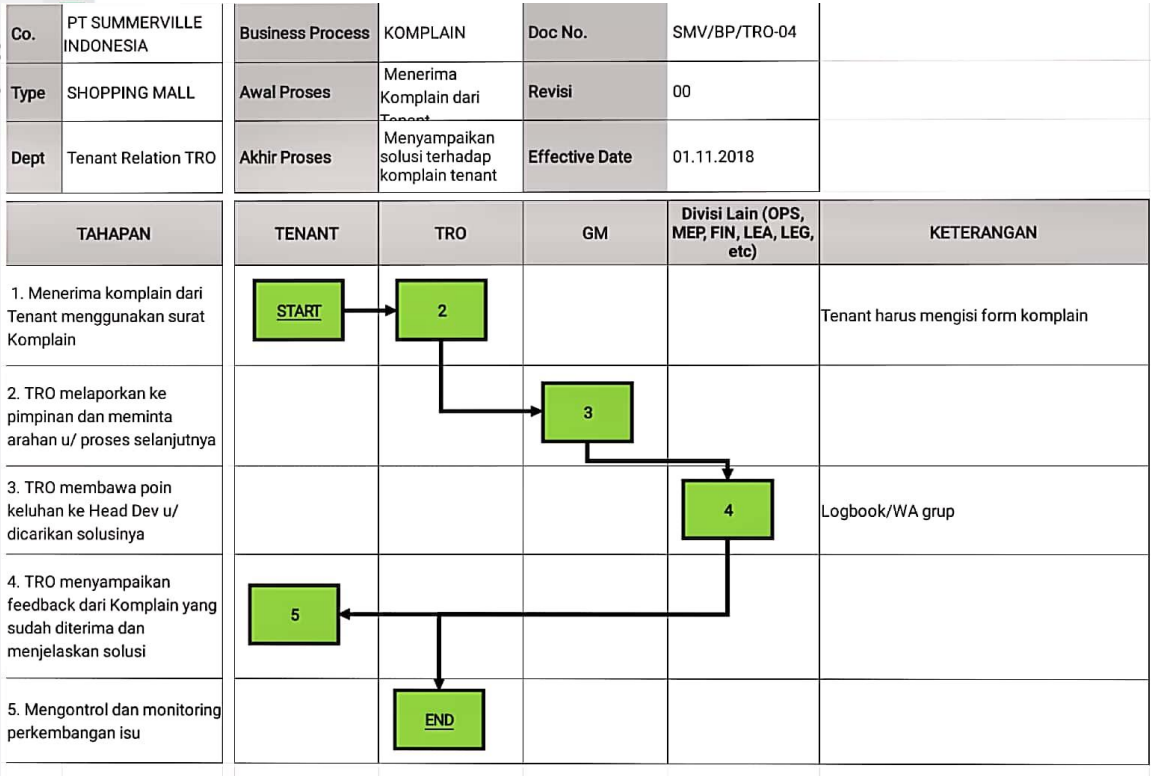
BULAN	JUMLAH KOMPLAIN TENANT	SUDAH SELESAI	BELUM SELESAI
JAN	6	6	0
FEB	16	16	0
MARET	9	8	1
APRIL	2	2	0
MEI	2	2	0
JUN	0	0	0
JUL	1	1	0
AGUST	2	2	0
SEPT	30	6	24
OKT	12	12	0
NOV	14	12	2
DES	1	0	1
TOTAL	95	67	28



LAMPIRAN 3

STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR PENYELESAIAN KOMPLAIN TENANT PT SUMMERVILLE INDONESIA (METROPOLITAN CITY PEKANBARU)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 4

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar L4.1

Komplain Tenant tentang Kebocoran di Kampoeng Senggol tanggal 21 Oktober 2019



Gambar L4.2

Komplain Tenant tentang Kebanjiran di Kampoeng Senggol Pasca Hujan Deras tanggal 21 Oktober 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar L4.3

Komplain Tenant tentang Rembesan Air di Selasar Kios Blok B tanggal 21 Oktober 2019



Gambar L4.4

Wawancara bersama Kak Viny Putri Fauzi selaku Tenant Relations Officer PT Summareville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Ruang Meeting Manajemen pada tanggal 20 Februari 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar L4.5

Selesai Wawancara bersama Bapak Tuslim selaku Kepala Divisi Mechanical Engineering Plumbing (MEP) PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Ruang MEP MTC Pekanbaru pada tanggal 24 Februari 2020



Gambar L4.6

Wawancara bersama Bapak Ridho Respati selaku Housekeeping PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Meja Pusat Informasi MTC Pekanbaru pada tanggal 22 Februari 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar L4.7

Wawancara bersama Bapak Wahyudi selaku Komandan Regu Security PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Meja Pusat Informasi MTC Pekanbaru pada tanggal 24 Februari 2020



Gambar L4.8

Selesai Wawancara bersama Amanda Khairunnisa selaku Tenant PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) di Super World MTC Pekanbaru pada tanggal 22 Februari 2020